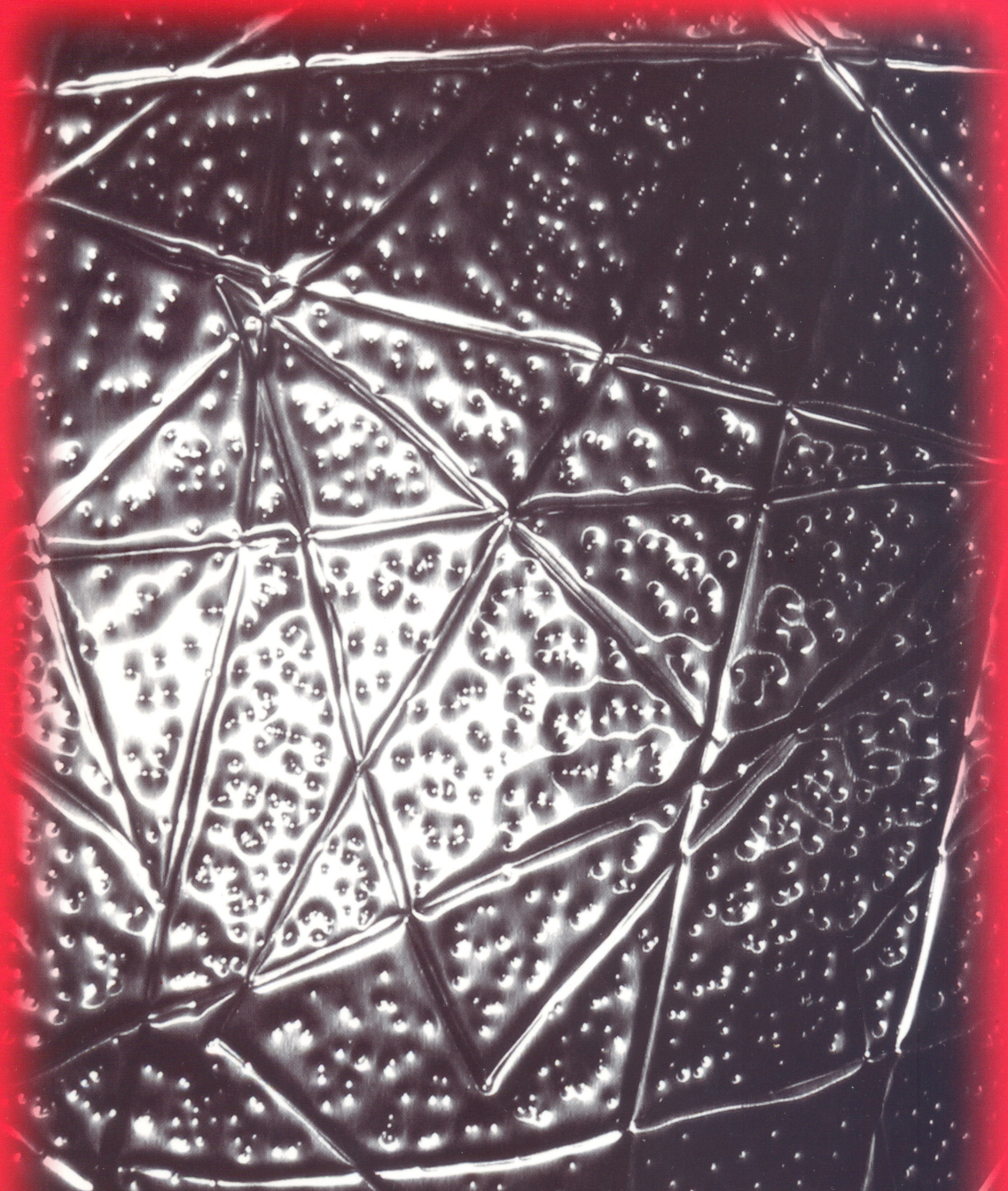


CENTRO GUMILLA

comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • Segundo trimestre 2003 • N° 122



Información *y Conflictos*

Director

Andrés Cañizález

Consejo de Redacción

Jesús María Aguirre

Francisco Tremonti

José Ignacio Rey

Andrés Cañizález

Gustavo Hernández

Elsa Pilato

Carlos Guzmán

Agrivalca Canelón

Narsa Silva

Carlos Correa

Marcelino Bisbal

Asistente del Consejo

Iván Alonso

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

Producción Editorial

Signet Comunicación Global

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 29.000,00

Número suelto: Bs. 8.000,00

Exterior

Correo ordinario: US\$ 50,00

Correo aéreo América: US\$ 55,00

Otro país (aéreo): US\$ 60,00

Forma de pago:

En Venezuela

- Cancelando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:
Fundación Centro Gumilla,
en alguna de las siguientes cuentas:

Banesco

Cta. Cte. No.: 413-1-01041-4

Banco Venezolano de Crédito

Cta. Cte. No.: 001-0152283

(en este caso envíenos copia
del depósito)

En el extranjero

- Remitiendo cheque en US \$
a nombre de
Fundación Centro Gumilla
a nuestras oficinas.
- Realizando una transferencia
en US \$ a la siguiente cuenta:
Bank of New York
ABA: 021-000-018
Correspondent Services Corp.
A/C 8900186968
OBI=FBO: Fundación Centro Gumilla
Acct: GY-13166

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina de la Luneta,
Alttagracia, Apartado 4838
Caracas 1010-A- Venezuela
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org.ve

Redacción SIC:

sic@gumilla.org.ve

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org.ve

Administración:

administracion@gumilla.org.ve

Depósito Legal

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

Comunicación no comparte
necesariamente las opiniones
vertidas en los artículos firmados,
que expresan, como es obvio,
la opinión de sus autores.

Los textos publicados
en la sección de Estudios de
la Revista son arbitrados.

Visite nuestra página en la Web:

<http://www.gumilla.org.ve>

**Esta publicación
ha sido patrocinada por**



comunicación

N° 122

Estudios venezolanos de comunicación

CENTRO GUMILLA

Perspectiva Crítica y Alternativa

Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

Presentación		2
Entrada	Periodismo y conflicto: un itinerario interdependiente	4
	■ Carlos Correa	
	En la guerra los periodistas fastidian	10
	■ Juan Gonzalo Betancur B.	
	La disrupción entre lo público y lo privado en la esfera de la comunicación	18
	■ Jesús María Aguirre	
	Los medios y la participación ciudadana	24
	■ José Gregorio Delgado Herrera	
	¿Reflejan los medios la realidad del mundo?	30
	■ Ryszard Kapuscinski	
	¿Cerrado por reformas? Cine Latinoamericano hoy	36
	■ Alberto Elena	
	Ernesto Mayz Vallenilla y el poder en los medios de comunicación	42
	■ David De los Reyes	
Estudios	La libertad de información	52
	■ Héctor Faúndez Ledesma	
	Usos de Internet por Organizaciones Indígenas de Abya Yala	60
	■ Gloria Monasterios	
	Consumos culturales massmediáticos en tiempos de globalización	70
	■ Adilem Bueno Morles y Viviana Márquez Cuauro	
	Reconocerse como audiencia de la televisión	76
	■ Gustavo Hernández Díaz	
Hablemos	María Teresa Quiróz:	
	“Tenemos que garantizar la independencia de los Medios”	90
Reseña		95
Informaciones		100

Presentación

En cada milímetro, en cada segundo, no hay brechas para escapar al río de la violencia, cuando ella se desborda de los cauces institucionalizados. Las regulaciones posibles o las autolimitaciones son las que permiten una resolución o convivencia en las diferencias de diversa naturaleza y origen. La proximidad sentida del nuevo espacio social, con procesos progresivos de desterritorialización y aceleramiento de la cotidianidad, convierte en cotidiano al vértigo, descuidando los tiempos y espacios para una moderación razonable y no por ello desapasionada de lo público.

Los medios son el espacio, y también los sujetos, para una narración polifónica de la actualidad de los ciudadanos. Son un punto de referencia para los sujetos de la modernidad contemporánea. Ello porque a pesar de los avances y desarrollo extensivo de la presencia de los medios de comunicación, todavía es incierto afirmar que estamos en una sociedad de la información para todos. La exclusión social, que persiste de un modo pertinaz, se expresa también en las dificultades reales de acceso y participación en los medios masivos por parte de vastos sectores de la humanidad. La pobreza se expresa también en la negación de las posibilidades de comunicación que arrastran a la mayoría de los ciudadanos a una categoría que los invisibiliza simbólicamente.

Las empresas de medios comerciales, tienen un sentido autorreferencial como entes que producen lucro y tienen capacidad de influencia. Esa doble dimensión tiene profundas implicaciones en el debate político de las sociedades democráticas. Las aspiraciones de las empresas periodísticas tienen confluencias y divergencias al interior de su propia dinámica sobre la base de las tensiones que generan los actores involucrados. Los periodistas y reporteros en tensión con directivos y editores, las demandas y aspiraciones que se expresan en los códigos deontológicos y las concreciones en los productos comunicativos, son recurrentes. El devenir de este debate tiene altibajos según el papel que asignan los protagonistas públicos, especialmente los actores políticos, a los medios de comunicación y el modo en que se relacionan con ellos o aspiran que se comporten.

Las organizaciones políticas utilizan a los medios como el lugar para dirimir sus diferencias, convencer con sus propuestas a la sociedad, seducir o argumentar en procura de fortalecer su propia escala de valores, movilizar a la sociedad en relación a sus proyectos. La doble condición que tienen los medios de empresa y actor que busca influir, ha condicionado la actividad de las organizaciones políticas y la de los ciudadanos. Las expresiones legislativas, que regulan o pretenden hacerlo, son signos de esta riada de intereses que armonizan o conflictúan de acuerdo al desarrollo histórico de cada sociedad.

Los ciudadanos también tienen una capacidad de influencia sobre los medios y sus productos, a partir de las posibles mediaciones a las que someten a los mensajes y en su interlocución con los actores políticos y de los medios. Las aspiraciones de los usuarios, consumos, valores y sus demandas, también son consideradas en el proceso de construcción social que se produce alrededor de los medios de comunicación.

Las elaboraciones jurídicas incluyen las consideraciones sociales para una regulación de las restricciones posibles en aras de



Galería de Papel. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

una potencial ampliación de los grados de libertad, la prevalencia de los argumentos de una racionalidad económica o los que sobreestiman las valoraciones de una desregulación como única opción posible, desestiman las posibilidades de una consideración de bien público para los medios, sus mensajes y por tanto para una relación social que reivindique alguna centralidad para la importancia de la comunicación y el periodismo en la vida democrática de las sociedades.

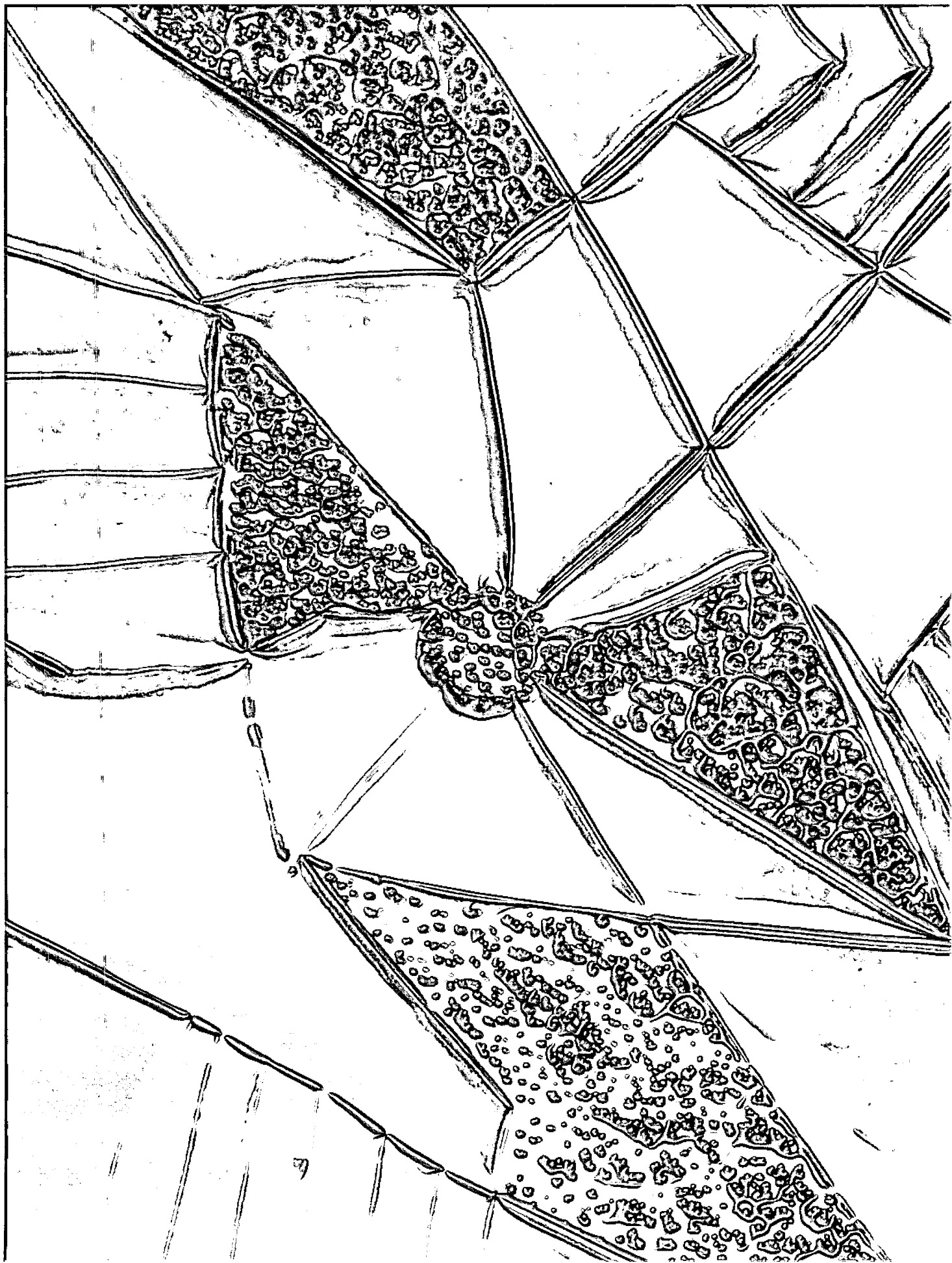
Superar la autocomplacencia derivada de un prejuicio político que pretendidamente ofrece legitimidad entre determinados sectores sociales, y asumir la reversión del deterioro que nos ofrece el panorama de los medios, pasa por construir una definición social para la información. Junto a esta definición habría que construir una cultura comunicativa que incremente las exigencias ciudadanas y contribuya a fortalecer la calidad sobre la base de una alianza entre lectores y periodistas, permitiendo aumentar la autonomía y enfrentar las amenazas que condicionan el trabajo periodístico en desmedro de su relevancia social.

En esta edición, desde diversas perspectivas, ofrecemos algunos ensayos y estudios que nos aproximan al periodismo, los conflictos, las regulaciones posibles y las amenazas que se ciernen sobre la posibilidad de una consideración pública para la información. Carlos Correa, realiza un trabajo en el que interrelaciona la gramática de los conflictos con las responsabilidades de una cobertura informativa y el resguardo de unos límites para evitar el desbordamiento de la violencia. Juan Gonzalo Betancur indaga en los modelos comunicacionales que ha usado Estados Unidos en los últimos 20 años a la luz de la guerra de Irak. Jesús María Aguirre reflexiona sobre los significados y las implicaciones de lo público y lo privado. Incluimos un estudio de la Ley de participación ciudadana realizado por José Gregorio Delgado Herrera, que nos ofrece las implicaciones para los medios de este instrumento legislativo que se discute en la Asamblea Nacional.

Asimismo, presentamos una ponencia del reconocido periodista y escritor polaco Ryszard Kapuscinski, en donde trata de responder a la pregunta ¿reflejan los medios la realidad del mundo? Alberto Elena recorre las últimas temporadas de la cinematografía mexicana, argentina y brasileña, para concluir que es factible que el cine latinoamericano haya comenzado el siglo XXI con ciertas reformas, lo que no significa que haya cerrado sus puertas.

En la sección *Locus Solus*, dedicada a los filósofos de la comunicación, David De los Reyes analiza la vida y obra de Ernesto Mayz Vallenilla. Por su parte, Héctor Faúndez Ledesma inicia la sección de *Estudios* desarrollando, desde una perspectiva histórico jurídica, el derecho a libertad de expresión y a la información. Seguidamente, incluimos un estudio de Gloria Monasterio sobre los usos de Internet por organizaciones indígenas. Adilem Bueno Morles y Viviana Márquez Cuauero llevan a cabo una reflexión teórica sobre los consumos culturales mass mediáticos en los actuales momentos; y finalmente, Gustavo Hernández Díaz presenta un análisis de la teoría de Educación en Televisión de Guillermo Orozco. Aspiramos que estos trabajos contribuyan a una reflexión que permita recuperar cauces para la deliberación política y ganar espacio para la paz y la tolerancia.





Galería de Papel. Mamapacha II. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

PERIODISMO y conflicto

Un itinerario interdependiente

La realidad, los hechos, son mediados por los periodistas que se constituyen en los operadores semánticos¹, es decir en los sujetos que codifican los hechos y los convierten en un relato que se puede regir por los cánones de la comprensión o la interpretación². El relato periodístico tiene unas definiciones clásicas y que constituyen en si mismas una mediación derivada de la estructura narrativa hegemónica en el periodismo y que se sustenta en la respuesta de las 5 preguntas (qué, quién, cuándo, cómo y dónde) y el párrafo de entrada o lead.

El relato periodístico se sustenta igualmente en el conflicto, como elemento sustantivo de la narrativa clásica occidental y que viene a estructurarse en la contemporaneidad con el aumento del ritmo de circulación en los procesos de construcción de sentido. La referencia concreta del relato, la realidad va a tener una expresión concreta en la realidad mediática, que va a tener un proceso de retroalimentación continuada en sus propios temas y constituirse en si mismo en un espacio de realidad con una determinación marcada por el sentido de actualidad. Una actualidad efímera, sin sustento de largo aliento y con renovaciones recurrentes y por lo tanto determinados por la velocidad y la espectacularidad.

El relato, que se nos muestra o que los lectores asumen como la realidad, es sometido al contraste entre lo que observamos en la propia cotidianidad y por lo tanto mediado por la propia capacidad de lec-

En buena medida los medios de comunicación alimentan sus espacios con conflicto, lo que acarrea que los propios medios se conviertan en actores que van creando o reproduciendo imaginarios, representaciones e imágenes en el universo simbólico de las partes involucradas. Desde esta perspectiva se pueden pensar las interdependencias entre el ejercicio periodístico y los escenarios de conflicto. Esta circunstancia obliga, en cierta forma, a que los profesionales se percaten de la mediación que se establece entre los medios y los lectores; y se trate con más cuidado ciertos aspectos de la profesión, como la alerta ante las fuentes interesadas o el respeto al pacto tácito de lectura acerca de la naturaleza de los relatos informativos y los de opinión

■ Carlos Correa

tura y en contraste con la propia realidad e interlocución presencial en las instituciones sociales de pertenencia. Los mensajes y los sentidos son entonces productos directos de un proceso de construcción social de la realidad, en el que median los periodistas, el lenguaje, con su fragilidad para la expresión y la enorme subjetividad implicada en el proceso: desde las fuentes interesadas, los editores, propietarios y la de los propios lectores. El proceso de mediación, implica atribuirle al mensaje los aspectos positivos y negativos de las partes entre las que median.

La aproximación a este proceso de elaboración o de construcción de la realidad en el ámbito del periodismo deriva de diversas influencias y pueden asociarse a dos disciplinas, la sociología y la lingüística. La primera que incluye abordajes desde los procesos sociales para la construcción de conocimiento o los referidos a los procesos profesionales (rutinas) en la tarea de elaboración de los mensajes hasta la interlocución social que realizan las audiencias con los propios mensajes. En el caso de la lingüística para derivar la posibilidad de aprehensión de la realidad por medio del lenguaje y su difusión en los límites de los medios.

En gran medida, en los diversos géneros, el relato periodístico está alimentado por el conflicto que se expresa en determinados hechos o pseudohechos³. El conflicto que puede expresarse en la realidad de un modo diverso es codificado y se expresa en los medios, y por lo tanto sometido al vértigo incesante de la actualidad que debe presentarse de un modo atractivo para interesar a los lectores. Es evidente que esta difusión tiene una repercusión directa sobre los hechos, sobre la realidad inmediata de los receptores aunque ello este mediado también por sus propios intereses. Es decir constituye un proceso complejo de múltiples injerencias para constituirse en proceso social que arroja un determinado conocimiento construido socialmente y que tiene expresiones en otras esferas de la colectividad.

El conflicto, en sus expresiones concretas y mediadas, tiene en sí mismo un desarrollo que requiere de unos sujetos que manifiesten un determinado antagonismo. Las consideraciones clásicas relacionadas con los modos de expresión incluía un primer tiempo de presentación de los personajes y sus conflictos, un nudo o momento culminante y su desenlace. Todo ello se transmitía en una unidad comunicativa que tenía una temporalidad relativamente corta. La naturaleza de los medios de co-

“

El conflicto que puede expresarse en la realidad de un modo diverso es codificado y se expresa en los medios, y por lo tanto sometido al vértigo incesante de la actualidad que debe presentarse de un modo atractivo para interesar a los lectores.

”

municación contemporáneos necesita de una diversidad de historias, y por lo tanto de conflictos, con desarrollos desiguales y con sobreabundancia manifiesta y que en muchas ocasiones no explica la naturaleza de los conflictos y reduce la realidad a una construcción sucesiva de eventos sin conexión aparente y que se presentan en muchas ocasiones como inexorables.

Explicitar el lugar desde donde se narran los hechos, es decir esclarecer los puntos de vista en los discursos periodísticos que se proponen la comprensión o la interpretación sería de enorme utilidad para la relación de mediación que se produce entre los lectores y los medios. Abordar los conflictos, implica también expresarlos y ello no debe desdibujar la necesidad de un abordaje ético, cuyo requisito primordial es explicitar las opciones de los mediadores y también la necesidad de respetar las normas éticas que hacen posible la vida social: la negación de la violencia como mecanismo para la resolución de los conflictos, superar la exclusión social o la pertinencia institucionalidad democrática, podrían señalarse como algunos valores que son inherentes a muchas sociedades americanas. Los periodistas, propietarios y otros sujetos que constituyen al emisor no pueden escabullirse de esa responsabilidad o someterse al riesgo de constituirse en funcionales a otros intereses que pueden ser contrarios a sus propios valores y aspiraciones

UNA APROXIMACIÓN AL CONFLICTO

La categoría de conflicto es muy amplia y se refiere a la interacción entre individuos, grupos, organizaciones y colectividades que implican enfrentamientos por el acceso a recursos escasos y su distribución, diferencias de opinión, identidades, valores, ambición y deseos de imponerse sobre los demás, entre otros motivos.

En los sistemas sociales, interpersonales e internacionales, surgen conflictos periódicamente. El conflicto es constante en el desarrollo de las sociedades y puede derivar en violencia en las situaciones en las cuales la capacidad de la sociedad para resolverlos por medio de mecanismos reguladores, tales como tribunales o estructuras sociales (por ejemplo, clanes) no alcanza a dirimir o atenuar las diferencias para conducirlos a cauces pacíficos. Consecuentemente, el conflicto surge de la discrepancia de objetivos entre dos o más partes que no cuentan con un mecanismo efectivo de coordinación o mediación.

Las “partes” pueden ser Estados o, como se les denomina en el mundo contemporáneo, comunidades dentro de Estados. El término “violencia” se refiere, en la mayoría de los casos, a la violencia física; sin embargo, no se descarta la importancia de otras formas de violencia, como el trauma psicológico o emocional.

Una esfera pública de confrontación y conflicto, con argumentos apasionados y de la razón, es la política en la que se constituye una gramática de la relación social en la que de acuerdo a su desarrollo histórico y particularidades puede alcanzar una intensidad mayor. El conflicto puede traspasar los límites de la violencia, desnudando así, la incapacidad del sistema social para resolver o atenuar por los mecanismos institucionalizados y pacíficos las controversias.

Los conflictos tienen origen de una acción conjunta de diversos factores que incluyen dimensiones económicas, raíces políticas, valoraciones simbólicas y culturales, componentes subjetivos psicológicos que tienen una expresión determinada por los objetivos contrapuestos de las partes. La prolongación de los conflictos se basa en las tensiones raciales, étnicas y religiosas que se combinan con divisiones estructurales y la represión que convierten a víctimas a uno o más grupos.

La naturaleza de los conflictos está íntimamente relacionada con la interlocución social que tienen los distintos actores sociales. La interpretación de los hechos se sustenta en las valoraciones de cada una

de las culturas en conflicto y los elementos de identidad que sustentan la propia personalidad y ello deriva en el despliegue de las acciones. Los prejuicios pueden derivar en disonancias comunicativas que se expresan en malos entendidos que constituyen barreras para la comunicación necesaria en los procesos de resolución pacífica de los conflictos o coadyuvar en la intensificación del propio conflicto.

La propia percepción u auto imagen y la representación de los contrarios que construimos en el universo simbólico y que se expresa en un imaginario del otro, son determinantes en la resolución o no de los conflictos. La cohesión de los grupos que se enfrentan se sustenta en la construcción de una identidad frente a la diferencia, que genera una cohesión para el enfrentamiento. Ello se traduce en una construcción colectiva de un imaginario social del grupo en el que se comparten actitudes y valoraciones similares frente a los adversarios. El componente psicológico en el despliegue de las acciones se sustenta en un correlato, que muchas veces no se somete a la duda y que no deja posibilidades para una interlocución desprejuiciada.

El imaginario de las partes en el conflicto con relación al contrario se sustenta en el estereotipo maniqueo que goza de facilidades para su expansión en los medios de comunicación; que necesitan de un relato simple y susceptible de ser espectacularizado, que se basa en la sencillez de las fórmulas para la mediación inherente a la estructura propia de los relatos. Los estereotipos se basan en fórmulas sumarias, sin fundamento, que asignan características negativas a todo el conjunto de los adversarios, sin discriminación alguna. Este proceso se construye apartando cualquier información que pueda alejarse de la imagen preestablecida.

El endurecimiento de los imaginarios, es preexistente y busca fortalecer, con evidencias, la propia imagen del otro que se ha construido. Para ello se desarrolla un mecanismo selectivo, de sesgo, que niega cualquier hecho o evidencia que no encaje con la visión preexistente. La realidad se busca contener en el continente de los prejuicios y se deja de lado cualquier contenido que no sea funcional a ello. La racionalización se instrumentaliza para construir justificación a la propia posición con barniz de convencimiento explicativo que fortalezca el entramado que tiene una raíz emocional.

Los mecanismos de diferenciación utilizan la descalificación de los contra-

“

Las fases de un conflicto se definen de modo general como origen o surgimiento; escalada o expansión; polarización; ampliación; incitación; desescalada o gestión y por último resolución o retirada.

”

rios, lo que puede incluir una mayor adjetivación negativa y la atribución de cualidades no humanas, para de este modo justificar la propia acción irracional. Para ello se realiza un proceso, consciente o no, de configuración social del otro como enemigo, su progresiva desnaturalización para con ello justificar cualquier medio, incluyendo los violentos, para alcanzar un bien, que se reserva a la propia imagen. La violencia se legitima porque el otro no es humano y sus objetivos, según la propia valoración, son perversos.

EL CICLO DE LOS CONFLICTOS

Los conflictos pueden ser sometidos a una periodización y ella puede guardar un correlato en sus expresiones simbólicas. La intensidad de los mismos tiene variaciones, de acuerdo al despliegue de acciones de los actores o partes involucradas que establecen una relación mutuamente influenciada para la escalada o reducción de la intensidad de los conflictos. La gravedad de los conflictos o su intensificación puede traducirse en hostilidades violentas que manifiestan un grado alto de intensidad.

Las fases de un conflicto se definen de modo general como origen o surgimiento; escalada o expansión; polarización; ampliación; incitación; desescalada o gestión y por último resolución o retirada⁴. Otros autores hablan de un primer tiempo de tensiones latentes, que progresivamente

se convierte en un conflicto abierto y posteriormente se puede traducir en una lucha directa por el poder y su posible desarrollo negativo al traspasar el umbral que convierta al conflicto en destructivo con expresiones de guerra y violencia⁵.

Origen o surgimiento: los conflictos tienen una expresión latente, cuando alcanzan una expresión pública, sea por vez primera o por un resurgimiento de uno anterior.

Escalada o expansión: es el momento en que las partes desarrollan una intensificación de las acciones en procura de sus objetivos. Los indicadores de una escalada o expansión usualmente implican hostilidades hacia el adversario. Se empiezan a observar hechos con violencia física y ello se traduce en un endurecimiento de las posiciones de las partes con el consecuente incremento de las dificultades para una resolución del conflicto.

Polarización: las partes manifiestan un deterioro profundo de la relación. No mantienen comunicación o se reducen significativamente. Aumenta el número de temas-problema.

Ampliación: Las partes desarrollan estrategias para construir alianzas y patrocinio, con el objetivo de involucrar a un mayor número de sectores sociales con intereses específicos en el conflicto. Aumenta la presión para que ocurra un deslinde claro de posiciones. Aumentan los aliados y se incrementa la complejidad del conflicto.

Incitación: Es el punto de no retorno. Las partes se ven obligadas a continuar o intensificar el conflicto, no hay posibilidades para una salida o retirada honorable o segura. Las partes consideran que retirarse del conflicto ocasionaría una pérdida de la credibilidad, perderían el poder o no existen valoraciones que les den garantías de sobrevivencia política e incluso física.

Desescalada o gestión: se manifiesta cuando las partes, con ayuda o no de intermediarios, realizan acciones para reducir o deponer las conductas conflictivas. Ello puede ocurrir de modo unilateral o con determinadas condiciones.

Retirada o resolución: En esta fase las partes reconocen una decisión plena para desarrollar un proceso que permita reducir, resolver o terminar el conflicto. En esta etapa hay que determinar procesos para resolver los asuntos de fondo y los de procedimiento. Esta fase requiere el desarrollo de mecanismos para alcanzar una

solución y las partes acuerdan los componentes necesarios para lograr la mejor solución.

Las fases no son continuas, muchas veces coexisten y se entrelazan. Un proceso de constitución dinámica que de algún modo no responde a una estructura continua, sino más bien en tejido de red y que establece una interrelación de mutuas influencias entre los diversos hechos o pseudohechos. Muchas de las dimensiones del conflicto tienen una amplificación en los espacios mediáticos y por ello la importancia de acción consciente que permita establecer una mediación responsable, por parte de los distintos actores intervinientes en el proceso comunicativo.

COMUNICACIÓN, PERIODISMO Y CONFLICTO

La producción informativa está anclada en el principio de mostrar los aspectos llamativos de la vida social. Se prefiere lo extraordinario y aquello que muestre a unos protagonistas en pugna enconada, en la que disipan los valores en procura de un determinado fin. Una presentación de los hechos que no procura explicarlos, pero narrados desde una cierta superioridad moralista. Es por ello que el relato se impregna de los adjetivos y calificaciones, propias o de terceros, con relación a los contrarios. Retórica que también se alimenta desde las fuentes interesadas en medrar en los bordes del conflicto.

El resultado de esta producción informativa y su correlato en la propia realidad, de mutua interrelación, es la presentación de unos sujetos que actúan sin explicación aparente, sin causas motivadoras y por tanto los actores tienen cualidades o carencias y se constituyen en unas celebridades valoradas y poco importa su propósito o aspiración. Los conflictos se convierten en un discurso en el que aparentemente resulta imposible llegar a cualquier acuerdo colectivo, se deja de lado la posibilidad de la deliberación como mecanismo para establecer espacios para la diversidad. Un relato alimentado continuamente en una cinta sinfín de pequeños eventos y conflictos sin salida posible.

Los actores también tienen visiones acerca del conflicto en la vida social: para algunos es una patología por cuanto el sistema social sería naturalmente equilibrado y su contrario que considera que el conflicto es inherente a toda organización social y que permite la superación de la misma sociedad; y por último, otros que plan-

“

Los medios constituyen un espacio para la confrontación y tienen un papel preponderante en los procesos de mediación para construir el sentido de la confrontación social o política.

”

tean la necesidad de construir un consenso forzado para preservar la integración de la sociedad.

El escalamiento de los conflictos pone en riesgo la disolución de los consensos mínimos que hacen posible a la vida en sociedad. Los valores sustanciales de la democracia pueden perderse en los caminos de la violencia creciente, por ello, en estas circunstancias el papel de los medios no puede crecer o alimentarse exacerbadamente con el conflicto. Este tiempo reclama un mayor cuidado para presentar también la historia de los elementos comunes y desnudar las posibilidades de los acuerdos.

El conflicto social nunca es un enfrentamiento completo y total, como se puede advertir en la relación entre el comprador y vendedor de un mercado. No existe conflicto sin una referencia común, basada en la identidad y la presencia sensible de la experiencia estética. La democracia es posible porque los conflictos sociales oponen a actores que se refieren a los mismos valores a los cuales tratan de dar formas sociales opuestas⁶. La estrategia de comunicación y el despliegue de los actores en conflicto deben autolimitarse para resolver las diferencias y asumir el desafío del orden social. La política democrática implica “instaurar un acuerdo sobre el desacuerdo, un desacuerdo ordenado”⁷. Establecer mecanismos para una institucionalización del conflicto que permita superar la exclusión social o simbólica de los ac-

tores y que se mantenga el mismo en los márgenes que garanticen el desarrollo de la sociedad. Asumir la pluralidad y los mecanismos para lidiar con los desacuerdos, para contenerlo no acabarlo. Para ello hay que dotarse socialmente de procedimientos que gocen de certidumbre y ello puede apoyarse desde las instancias que interactúan en la producción social de los mensajes.

La comprensión de las fases del conflicto permite a los actores que procuran una resolución pacífica o mecanismos para resolver las diferencias determinar los roles que deben cumplir en cada una de las fases. Los medios pueden constituirse en facilitadores de estos procesos o alimentar negativamente el conflicto y con ello desnaturalizarlo. Ello no implica desdibujar la propia opinión o visión de los hechos sino optar por los mecanismos que faciliten la resolución de un modo no violento⁸. Así hay que proporcionar a los ciudadanos una información contrastada para aumentar su confiabilidad y optar por los valores universales que reivindicamos a la democracia y los derechos humanos como centrales para la convivencia social.

Los medios constituyen un espacio para la confrontación y tienen un papel preponderante en los procesos de mediación para construir el sentido de la confrontación social o política. El ejercicio comunicativo no puede desdeñar su responsabilidad, del mismo modo las fuentes, los ciudadanos y los directivos y propietarios. La estructura de producción de los medios de comunicación es rápida y con una jerarquía vertical, pero ello no desdibuja el ejercicio de la corresponsabilidad en el proceso social de producción.

La esfera del reportero o periodista es quien aborda los hechos, determina las palabras y construye la unidad comunicativa, sea descriptiva o explicativa. Él establece la primera jerarquización de los hechos y los transforma en un producto comunicativo. Este proceso de selección está mediado también por su propia perspectiva, su contexto y sus capacidades. Frente a los hechos los periodistas no son neutrales y ello debe esclarecerse autoreferencialmente para aprender a controlarlo y en ocasiones explicarlo a sus lectores o audiencia. El relato debe tener una cierta interrelación con la realidad acontecida y ello no implica una sacralización de los hechos, sino reconocer la naturaleza de la mediación que establecen medios y lectores. Junto a la explicitación de este punto de vista el relato debe respetar el pacto de lectura tácito en los géneros periodísticos,

que constituye una obligación moral acerca de la naturaleza de los relatos informativos y los de opinión.

El contexto debe ser parte, en la medida de lo posible, del relato. Entenderlo ayuda a explicar las razones que motivan determinada conducta y por tanto podemos contar mejor la historia. El periodista debe explicarse a sí mismo el motivo de los hechos o conflictos y de ese modo podrá asumir su rol con mayores destrezas y posibilidades.

Las fuentes son interesadas y por tanto procuran vender, a modo de propaganda, sus visiones de los hechos. La duda acerca de las versiones y su contraste con la diversidad de valoraciones abunda en el terreno de reducir las posibilidades de ser sujetos pasivos de los intereses de terceros que pueden traicionar los del propio mediador (periodistas, propietarios) y los de su audiencia. La construcción intersubjetiva implica aumentar el número de las fuentes, ello reduce el error y amplía las posibilidades para una expresión de la diversidad e unidad cultural del país.

La realidad es compleja, los estereotipos no la explican, muchas veces la confunden en función de determinados objetivos. Los preconceptos o prejuicios son determinantes en la configuración de los imaginarios, para el periodista dudar de ellos es una herramienta que puede proporcionarles nuevos ángulos de los conflictos y para los lectores permite el reconocimiento de posibilidades para resolución deliberativa a los conflictos. Explicitar y exponer las razones del otro puede contribuir a ampliar la comprensión acerca del fondo del conflicto y por tanto explicar los hechos.

■ **Carlos Correa**
Doctor en Ciencias de la Comunicación. Miembro del Consejo de Redacción de Comunicación

Notas y Referencias bibliográficas

Libros consultados

- CANELAS RUBIM, Antonio Albino (2000): *Comunicação y política*. Brasil, Hacker editores.
- COHEN, Jean y ARATO, Andrew (2000). *Sociedad civil y teoría política*. México, Fondo de Cultura Económica.
- DOWSE, Robert y HUGHES, John (1999) *Sociología política*. España: Alianza Editorial.
- GLASL, Friedrich (1999): *Confronting Conflict*. Bristol: Hawthron Press.
- CACUA PRADA, Antonio y PRIESS, Frank (comp.) (2000): *Ética y responsabilidad, reflexiones para periodistas*. Colombia, Fundación Konrad Adenauer.
- GOMIS, Lorenzo (1987): *El Medio Media*. Barcelona: Mitre
- GOODWIN, H. Eugene.(1994): *Por un periodismo independiente, cómo defender la ética*. Colombia, Tercer mundo editores.
- GRIJELMO, ALEX (1997): *El estilo del periodista*. España, Taurus.
- GUERRERO, Arturo; MÁRQUEZ, Eduardo; RESTREPO, Andrés y VILLAMIZAR, Darío.(2001): *Las trampas de la guerra. Periodismo y conflicto*. Colombia, CORPORACIÓN MEDIOS PARA LA PAZ.
- HERRÁN, María Teresa y RESTREPO, Javier Darío (2000): *Ética para periodistas*. Colombia, Tercer mundo editores.
- KRIESBERG, Louis (1998): *Constructive Conflicts: From Escalation to Resolution*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- MOLINA, Ignacio (1998): *Conceptos fundamentales de ciencia política*. España, Alianza Editorial.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1979): *El lenguaje de los "media"*. Madrid: Pirámide
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1991): *Manual para periodismo*. Madrid: Ariel
- TOURAINÉ, Alain (1992) : *Crítica de la modernidad*. Argentina, Fondo de Cultura Económica.
- URY, William.(2000): *Alcanzar la paz*. Argentina, Paidós

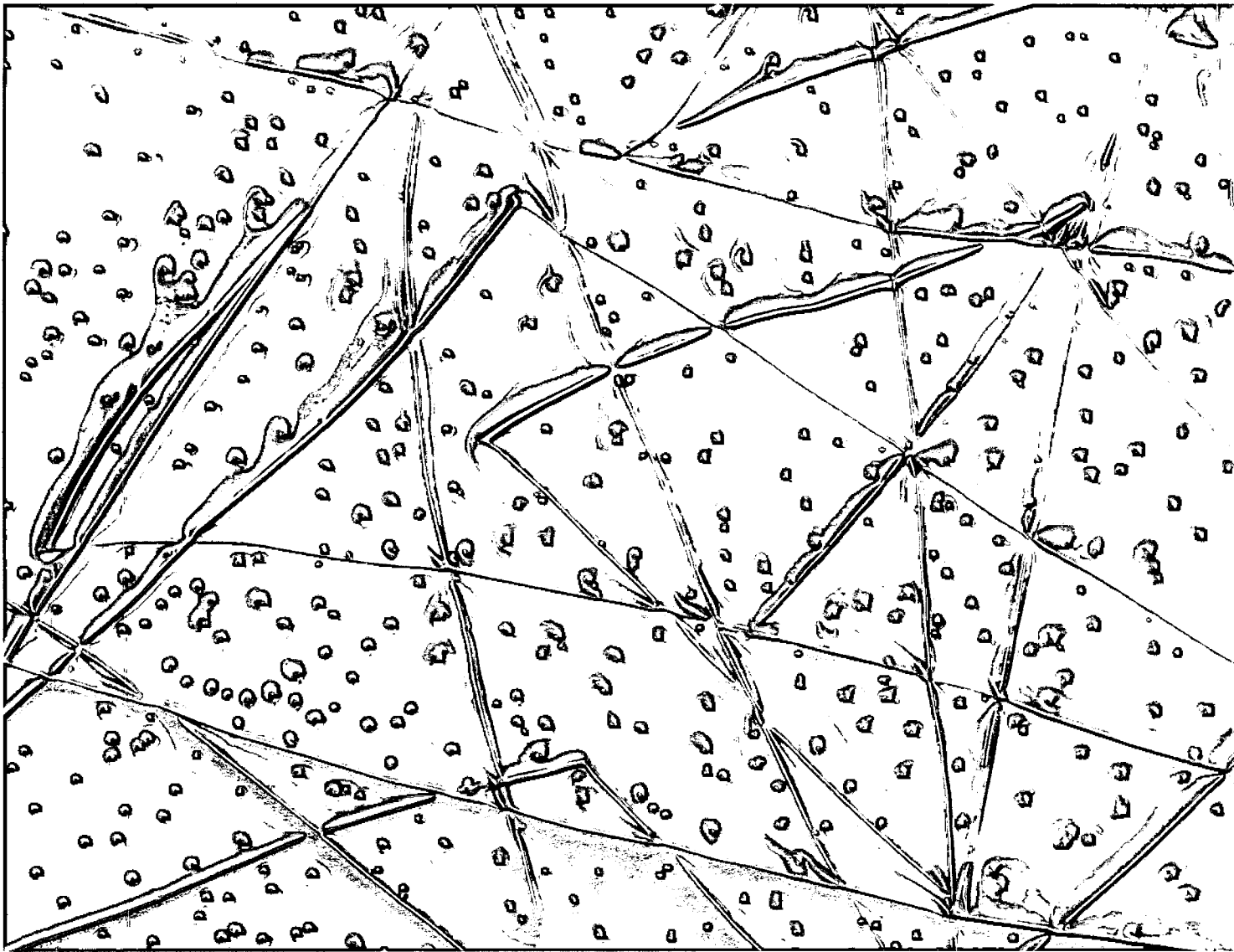
Revistas consultadas

- GOMIS, Lorenzo; MARTINEZ ALBERTOS, José Luis; NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis y CASASÚS, Jose Maria (2002). "Encuesta. ¿vive la comunicación periodística un cambio de paradigma?" En: *Análisis* 28, 157-185
- KAPUSCINSKY, Ryszard.(1999). "¿Reflejan los media la realidad del mundo? Nuevas censuras, sutiles manipulaciones". En *Le Monde Diplomatique*, julio-agosto 1999.
- LÓPEZ-GUERRA, Claudio (2001): "La autolimitación como respuesta al problema del orden". En *Metapolítica*, Vol. 5/NÚM. 17 p 13
- ORTEGA, Felix (2003): "Una simbiosis compleja: políticos y periodistas". En: *Telos*, n°54, enero-marzo 2003, pp. 71-83)

Citas

- GOMIS, Lorenzo (1987): *El Medio Media*. Barcelona: Mitre
- NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis (1979): *El lenguaje de los "media"*. Madrid: Pirámide
- El concepto de "pseudoevent" proviene de los estudios de la sociología de la comunicación y se refiere a aquellos hechos que no existirían los medios y que incluso son se elaboran a la medida para su presencia mediática.
- Cfr. TORRICO VILLANUEVA, Erick R. (XXXX) "Escenificación mediática de los conflictos – el caso de la información periodística internacional sobre los atentados del 11 de septiembre en los Estados Unidos". En: www.saladeprensa.org/art311.htm. Consultado el 20.04.2003.
- ORTEGA, Félix. (XXXX) La política y el periodismo en el nuevo espacio público. En www.e-comunicación.com/Valbuena/comunicación_politica/Políticos_y_Periodistas. Consultado el 26.04.2003.
- VAZQUEZ MEDEL, Manuel Ángel. (XXX) "La prensa escrita y la construcción social de la realidad" En: www.ucm.es/info/socvi/ortega/poliper.pdf Consultado el 26.04.2003
- KRIESBERG, Louis (1998): *Constructive Conflicts: From Escalation to Resolution*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- GLASL, Friedrich (1999): *Confronting Conflict*. Bristol: Hawthron Press.
- URY, William.(2000): *Alcanzar la paz*. Argentina, Paidós. P 126.
- TOURAINÉ, Alain (1992) : *Crítica de la modernidad*. Argentina, Fondo de Cultura Económica. Referencia a Habermas y su teoría democrática sustentada en la deliberación comunicativa.
- LÓPEZ-GUERRA, Claudio (2001): "La autolimitación como respuesta al problema del orden". En *Metapolítica*, Vol. 5/NÚM. 17 p 135.
- URY (2000) Propone 10 roles para el "tercer lado" en cada una de las tres fases del conflicto, que en su definición son: Tensiones latentes, conflicto abierto y lucha de poder. La ultima fase está en el borde del umbral en el que el conflicto se constituye en destructivo con violencia y guerra. En el momento de las tensiones latentes la tarea primordial es la de prevenir y se destacan los roles de proveedor, maestro y constructor de puentes; en el conflicto abierto propone la tarea de resolver y se estiman los roles de mediador, árbitro, equilibrador y curador por ultimo en la ultima fase (conflicto abierto) la tarea apreciada sería la de contener y para ello se pondera positivamente los roles de testigo, juez de campo y guardián de la paz. Si bien la propuesta tiene límites para el manejo de conflictos políticos que se desarrollan en variedad de escenarios y con ocurrencias solapadas sus orientaciones pueden contribuir a definir una posición a favor de la resolución no violenta de los conflictos, es decir reducirlos o canalizarlos institucionalmente.

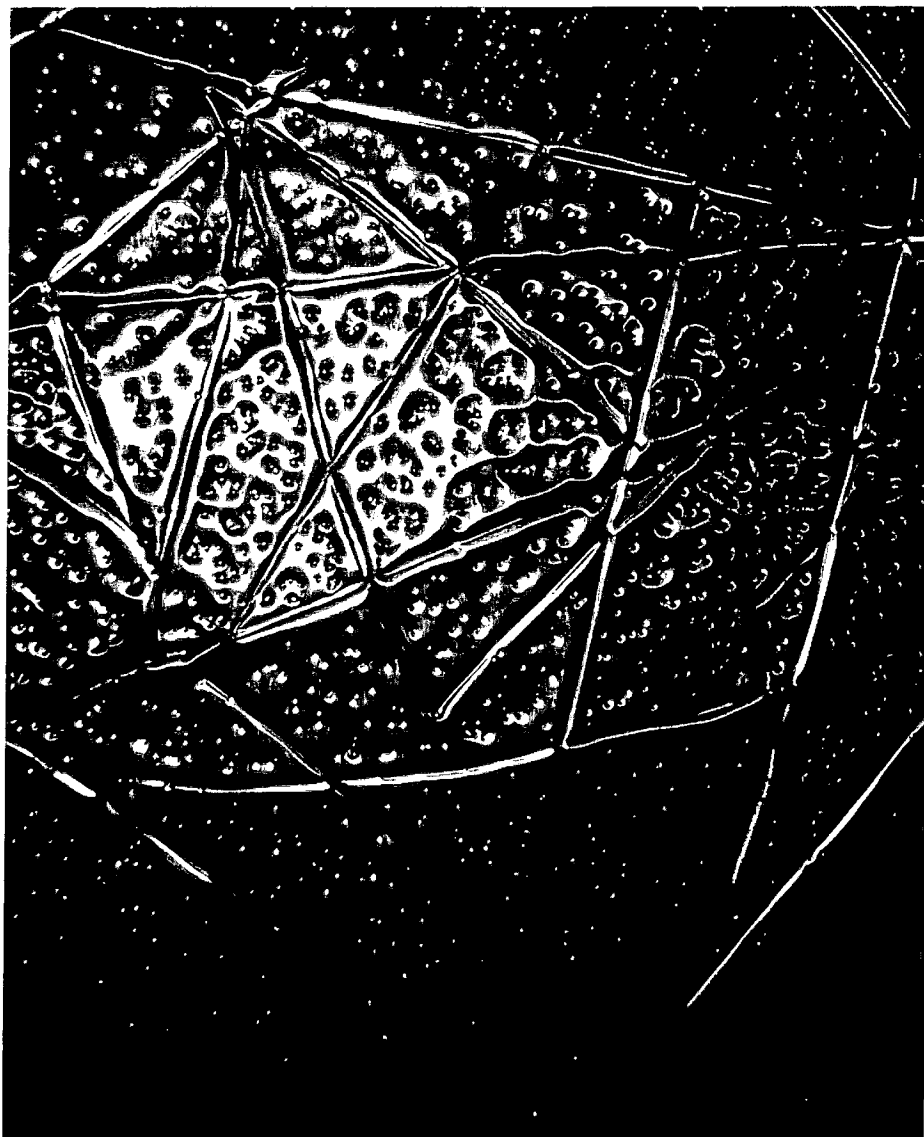
Galería de Papel. Nazca I. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)



EN LA GUERRA los periodistas fastidian

■ Juan Gonzalo Betancur

Para el autor, los modelos militares utilizados por Estados Unidos en los últimos 20 años responden a la estrategia de presentar los conflictos en los que participa como “guerras limpias”, sin que las imágenes desagradables afecten a la opinión pública. Esta lección fue aprendida en la Guerra de Vietnam, puesto que comúnmente se afirma que EE.UU. perdió dicha conflagración gracias a la presión ejercida por la ciudadanía norteamericana, empachada de tantas informaciones sobre muertes de soldados y otras adversidades. Betancur muestra en este trabajo un extracto de las condiciones que debieron firmar los periodistas que acompañaron a los ejércitos aliados en la última guerra en Irak



Galería de Papel. Nazca II. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechart (2003)

La idea de tener periodistas controlados y alejados de las zonas donde se vive el drama humano y procurar que se emitan imágenes que no molesten a lectores y telespectadores, volvió a ser el eje central de la política informativa de Estados Unidos con respecto a la prensa en la actual guerra contra Irak. Un modelo que, con variaciones, viene utilizando desde hace más de 20 años.

A diferencia de la Guerra del Golfo, donde la visibilidad de la brutalidad fue mínima (lo destacado fue presentar el aparato militar, dando a entender que lo importante eran las armas y no las personas que las usaban o sufrían, es decir, los combatientes o civiles), en la actual guerra por lo menos se ha visto un poco más de lo que ahí ocurre. Algo más de la barbarie y la des-

trucción que causan semejantes agresiones aunque, como paradoja, tanta información continua no significa que se haya visto mucho de ella.

Algo positivo respecto a la información sobre esta guerra ha sido la presencia de tres cadenas árabes (Al-Jazira, Al-Arabya y Abu Dhabi TV, mientras que en la pasada crisis del Golfo sólo estuvo CNN), la existencia de más espacios noticiosos con enviados especiales a la zona, la labor de periodistas que se han arriesgado a romper los cercos militares y a internarse por el desierto para buscar ellos solos la información, y la posibilidad que ofrece Internet como espacio alterno de circulación de información. Posibilidad esta última que se mantiene pese a las operaciones de bloqueo de páginas web iraquíes o pro iraquíes por parte de hackers

que, no sería extraño, pertenecen a las propias fuerzas armadas estadounidenses o están contratados por agencias norteamericanas como mercenarios de la web para neutralizar de esa forma también al enemigo.

Esos nuevos espacios para conocer lo que está pasando allí se contraponen al modelo de gestión de la información pública que tienen el gobierno y las fuerzas militares de Estados Unidos y que, por extensión, cubre a sus aliados, principalmente a los británicos. Dicho modelo, al que llamaré aquí “doctrina informativa norteamericana”, se basa en el mantenimiento de viejas normas utilizadas por ese país en otras guerras, ataques o invasiones y que restringen el ingreso de los periodistas a las zonas donde la confrontación es más sangrienta.

Esa doctrina se mantiene, a pesar de la presencia en esta ocasión de los llamados periodistas ‘incorporados’ o ‘incrustados’, ese batallón de 500 reporteros que van acompañando a distintas unidades norteamericanas en el terreno de batalla o que han permanecido dentro de bases militares o barcos de guerra, y que van supuestamente informando de lo que ocurre. Digo ‘supuestamente informando’ porque ellos no pueden decir la verdad sino que juegan a la propaganda que les plantean y al silencio que les imponen los comandantes de las tropas militares con las que van. Para darse cuenta de ello no es sino consultar el “Acuerdo de Adhesión al reglamento establecido por el Mando Terrestre de las Fuerzas de Coalición (CFLCC), destinado a los medios de comunicación”, una especie de contrato informativo que firmaron esos 500 periodistas, con el aval de sus medios, y que contiene 49 reglas sobre lo que se puede y lo que no se puede informar. Pero esto se explica más adelante.

PERIODISTAS ALEJADOS PERMITEN QUE LA GUERRA SEA ‘LIMPIA’

¿Por qué tras los intensos bombardeos contra Irak, en los primeros días del ataque aparecieron en la prensa occidental tan pocas personas muertas? ¿Por qué no las mostraron a pesar de que sí existían como lo hizo Al-Jazira? ¿Por qué no se vio a víctimas similares en las guerras del Golfo o Afganistán? ¿Por qué de los casi 3.000 muertos de las Torres Gemelas apenas se apreciaron unos pocos fallecidos, básicamente aquellos que se arrojaron desde los pisos superiores? ¿Por qué se conocen tan pocas imágenes de la Guerra de Las Malvinas o de las invasiones de Estados Unidos a Panamá, Granada o Somalia? Pero, ¿por qué sí se vieron en Bosnia, Ruanda o Sierra Leona? ¿Qué tenían estas últimas de distinto?

Eso se debe a que el modelo planteado por los gobiernos y las fuerzas militares de Estados Unidos durante los últimos 20 años busca mostrar las guerras en las que ese país participa como ‘guerras limpias’, ‘asépticas’, sin imágenes desagradables que afecten a la opinión pública. Lograrlo ha sido resultado de impedir a los periodistas su acceso a los sitios en los cuales se vive con toda intensidad el drama de la guerra, donde más que vehículos militares quemados hay seres humanos calcinados o más que edificios destruidos, personas en pedazos. Pero también de es-

“

Eso se debe a que el modelo planteado por los gobiernos y las fuerzas militares de Estados Unidos durante los últimos 20 años busca mostrar las guerras en las que ese país participa como ‘guerras limpias’, ‘asépticas’, sin imágenes desagradables que afecten a la opinión pública.

”

trategias de lobby y presiones a directores y editores, por parte de gobernantes, parlamentarios y, por supuesto, militares.

Lo particular es que la permanencia de ese modelo durante los últimos 20 años, a pesar de las leves modificaciones que ha sufrido, significa que se trata de una verdadera política estatal de manejo de información pública sobre la guerra, de ‘gestión’ gubernamental sobre la información.

El gobierno de Estados Unidos se cuida mucho de ‘herir’ a sus ciudadanos permitiendo mostrar imágenes crudas de una confrontación cuando en ella participan en forma directa sus soldados. De esa forma, dicho conflicto se le presenta a la opinión pública de ese país como una situación distante, necesaria y costosa, pero que sin embargo no les toca ninguna fibra íntima, no les causa asco ni repudio. Las guerras llamémoslas ‘propias’ de ellos, no se muestran plenamente por los ‘gigantes’ de la información internacional (agencias y canales de noticias) cuando están involucradas tropas de los países del mundo desarrollado, principalmente Estados Unidos. Lo grave es que esa visión no se queda sólo en ese país sino que afecta a demasiadas personas en el mundo, a todos a los que nos toca por obligación ser consumidores de la ‘prensa occidental’, debido a la importancia que tiene la prensa norteamericana y pro norteamericana en el circuito internacional de noticias, de la cual dependemos tanto en América Latina.

Una ciudadanía que desconoce los horrores de la confrontación, que no ha visto las atrocidades que se comenten en un campo de batalla, se convierte entonces en una opinión pública que no cuestiona las decisiones gubernamentales de embarcarse en una aventura militar. Eso lo definió muy bien el gobierno de Estados Unidos, en especial después del papel jugado por la opinión pública de su país durante finales de los años sesenta y comienzo de los setenta, cuando la Guerra de Vietnam se les había empantanado y fue una sucesión de derrotas, avances, derrotas y más derrotas. A partir de ese momento, el gobierno norteamericano cambió las políticas oficiales de manejo informativo de las guerras en las cuales participaban. El siguiente país que aprendió la lección fue Inglaterra y a partir de ahí sus aliados en la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), porque esa institución militar depende, según especialistas, de lo que diga Estados Unidos. Presentar el horror fue en adelante prohibido: ya los periodistas habían mostrado bastante durante Vietnam.

“Nuestra participación [en la guerra] había comenzado abiertamente, con el apoyo casi unánime del Congreso, del público, de los medios”, reconoció Henry Kissinger en sus memorias¹. Y continuó: “Pero para 1969 nuestro país estaba escindido por la protesta y la zozobra, que a veces tomaba formas violentas y feroces”². “La guerra de Vietnam fue el primer conflicto mostrado por la televisión e informado a través de una prensa básicamente hostil. La sordidez, los sufrimientos y la confusión inseparables de cualquier guerra se convirtieron en parte de la experiencia viva de los norteamericanos; muchos culpaban de esas agonías a los defectos de los propios líderes”³.

En un análisis sobre la manera en que se informó y sobre las condiciones de trabajo de los periodistas durante la guerra de Vietnam, el coronel de Caballería Francisco Marín Calahorra -militar español-, explica⁴ que “los militares facilitaron que se cumplieran los tres requisitos que los medios consideran esenciales para cubrir la información en guerra: proporcionaron entrada total a las zonas de combate, permitieron movilidad absoluta dentro de éstas y hubo acceso en todo momento a la información oficial (...) El resultado del conflicto llevaría a los militares a rechazar, en el futuro, la posibilidad de que se cumplieran los requisitos mencionados. La invasión a Granada en 1983 se hizo con ausencia total de periodistas y en la de Panamá, en 1989, fueron controlados y pasea-

dos en pools después del fin de las operaciones”.

Por eso a partir de ahí las imágenes que se tienen de esas ‘grandes guerras internacionales’ en que Estados Unidos participó (‘grandes’ según el despliegue informativo que recibieron) son tan pobres desde el punto de la acción bélica misma: los soldados que disparan, de inmediato se nota que están en una zona de entrenamiento; los aviones caza sólo despegan o aterrizan de portaviones o bases en territorio ‘amigo’; las imágenes de misiles y bombas que dan con precisión en los blancos, claro que son suministradas por las fuerzas armadas; los bombardeos de los poderosos aviones B-52, se ven demasiado lejos; hay demasiada simulación, demasiadas escenas preparadas en lugares fuera de la línea de combate para que los camarógrafos tengan algo que mostrar, algo aparentemente real sobre lo que está pasando. Por supuesto que un ciudadano medio, sin idea de todo esto, cae en la trampa y cree estar viendo la guerra en directo.

¿Dónde están los muertos civiles? ¿Dónde se ven las bajas militares? ¿Dónde la destrucción causada por los famosos ‘daños colaterales’, es decir, los errores en un bombardeo o en un ataque de tierra que mata inocentes y destruye bienes civiles? ¿Quién vio en la televisión, los periódicos o las grandes revistas a un buen número de los 812 civiles muertos por Estados Unidos durante los ataques a Afganistán, según denuncia publicada por el *New York Times* el 21 de julio de 2002, citando una investigación de la organización estadounidense Global Exchange? ¿Dóndequiera las “bajas” en las filas del Talibán? ¿Dónde las imágenes de la brutalidad de la guerra contra Irak que a diario muestra el canal árabe Al-Jazira? ¿Los 2.000 heridos que se dijo dejaron las primeras horas de combates durante la toma definitiva de Bagdad, durante la segunda semana de la actual guerra? No hay que ser radicales: algunas imágenes se han visto, por supuesto que sí, pero no con el dramatismo que encarnan en la realidad, ni con la reiteración que ocurrieron en la realidad.

El ejemplo más claro de la continuidad de esta política en la actual guerra contra Irak fue la situación que produjo en el gobierno de Estados Unidos la emisión por parte de Al-Jazira de imágenes de cinco estadounidenses capturados y de otros muertos. Los corresponsales del periódico colombiano *El Tiempo* en Washington y Madrid, resumieron lo siguiente sobre el caso: “El secretario de Defensa, Donald

“

El Secretario acusó a Al-Jazira de contribuir a la violación del Convenio de Ginebra, al transmitir imágenes ‘humillantes’ de prisioneros de guerra. Y Londres se sumó pidiendo a los medios británicos que no se ‘dejen explotar por los iraquíes’. Pero Al-Jazira replicó diciendo que las cadenas de EE.UU. mostraban también imágenes de los prisioneros iraquíes.

”

Rumsfeld, les pidió personalmente a las grandes cadenas de televisión de EE.UU. que no difundieran las imágenes, pero eso no impidió que parte de ellas se vieran y que la noticia sacudiera al país. Tanto que el apoyo a la guerra, según algunas encuestas, bajó 4 puntos.

El Secretario acusó a Al-Jazira de contribuir a la violación del Convenio de Ginebra, al transmitir imágenes ‘humillantes’ de prisioneros de guerra. Y Londres se sumó pidiendo a los medios británicos que no se ‘dejen explotar por los iraquíes’. Pero Al-Jazira replicó diciendo que las cadenas de EE.UU. mostraban también imágenes de los prisioneros iraquíes.

Mientras que varios diarios de Europa subrayaron con ironía el hecho de que Rumsfeld reclame ahora la estricta aplicación de un Convenio que se viola flagrantemente en el caso de los prisioneros de Afganistán recluidos en Guantánamo”⁵.

PERIODISTAS ALEJADOS, MÁS FÁCIL DICEN LA ‘VERDAD’ QUE SE QUIERE

Otro de los aspectos centrales de la política del gobierno de Estados Unidos frente a la prensa cuando sus tropas participan en conflictos bélicos, tiene que ver con el

fuerte control a los periodistas para el ingreso a los ‘teatros de operaciones’, es decir, a las zonas de combate. Esa fue la principal lección que dejó la ‘permisividad’ que se tuvo con los reporteros durante la guerra de Vietnam.

La confrontación armada donde se ensayó la nueva forma de restricción a la prensa fue la Guerra de las Malvinas. El conflicto estalló el 2 de abril de 1982 cuando tropas de Argentina invadieron las islas Malvinas o Falkland, pertenecientes al Reino Unido pero situadas en el Atlántico Sur y muy cerca del país suramericano. Raúl Sohr, en el texto *Historia y poder de la prensa*, explica cuál fue la postura británica frente al manejo de la información:

“La gran novedad fue la introducción del pool o grupo selecto de reporteros. El Ministerio de Defensa británico explicó que los buques de la Royal Navy podían transportar un número limitado de periodistas, así que se seleccionaría a algunos y todo el material que estos produjeran estaría a disposición de la prensa en su conjunto.

En un principio, el Ministerio ofreció cupo para seis periodistas; tras arduas negociaciones, extendió las vacantes a 17. Todos debieron firmar un documento en el que aceptaban someter a censura sus despachos antes de enviarlos. Por lo demás, todas las transmisiones se realizaron a través de sistemas de comunicaciones de las fuerzas armadas.

Otro aspecto clave del control que ejerció la autoridad británica fue su negativa a embarcar corresponsales que no fueran británicos. Los grandes medios norteamericanos presionaron sin éxito para incluir a algún reportero. De esta manera, no hubo observadores neutrales. Periodistas experimentados fueron vetados porque sus puntos de vista se consideraban críticos (...) Seis encargados de la censura, además de los oficiales de relaciones públicas, trabajaron asistiendo a los corresponsales en esta cobertura positiva”⁶.

Pero ahí no terminó todo. El gobierno británico también definió una lista de 10 temas o “áreas sensibles” sobre las cuales los periodistas no podían informar: básicamente era información técnica sobre tropas, movimientos y operaciones militares, pues se consideraba que tras su difusión podía ser utilizada por el enemigo. Asimismo, por las características de la zona y de los medios de transporte (los barcos de la Marina Real), sólo se podían enviar las noticias y reportajes por los medios de transmisión oficiales. Tampoco se facilitó el acceso a otras fuentes primarias

y, por el contrario, hubo mucho contacto con los portavoces o asesores del Ministerio de Defensa británico.

Con semejantes controles, la información fue más que limitada. La situación generó críticas a los medios y al gobierno inglés, tensiones entre periodistas y fuentes militares y cuestionamientos de algunos sectores periodísticos y sociales a esa estrategia informativa. Sin embargo, instituciones como la Cámara de los Comunes, por medio de su Comité de Defensa, analizó el tema y concluyó que la política informativa utilizada fue la adecuada.

A partir de ahí se volvió una constante la utilización de pools de periodistas, la restricción al acceso de los reporteros a las áreas de combate, la prohibición de dar información sobre determinados aspectos y la canalización de la información a través de ruedas de prensa o briefings. Todo eso se empezó a emplear como estrategia debidamente preparada por los ejércitos y los gobiernos de las grandes potencias, sin importar que se tratara de guerras de gran magnitud como las de Irak o el Golfo, ataques como los de Afganistán, invasiones militares de mucha importancia política pero de menor tamaño logístico, como las de Granada (en 1983) y Panamá (en 1989), u operaciones que se enmarcan dentro de las llamadas 'misiones internacionales de paz', en las que participan 'fuerzas multinacionales de seguridad' o 'fuerzas de estabilización', como las creadas por la OTAN en 1995 y 1997 para los conflictos de Bosnia y Kosovo.

La crisis internacional que comenzó el 2 de agosto de 1990 cuando tropas de Irak invadieron Kuwait, y la Guerra del Golfo como tal, que empezó el 16 de enero de 1991, han sido consideradas por muchos historiadores de los medios de comunicación como el punto culminante de esta nueva política de restricción y control informativo. El coronel Francisco Marín Calahorra explica:

"Los aliados establecieron una política informativa diseñada bajo el Síndrome de Vietnam y aplicaron las experiencias obtenidas en los conflictos de la década de los ochenta. Los gestores de esa política determinaron que la conducción de la guerra impone: no proporcionar información útil al enemigo y evitar que se publiquen noticias desmoralizadoras para las tropas y la población amiga. Control estricto de la información será el resultado.

(...) Los tres países occidentales con mayor presencia en las operaciones —Estados Unidos, Reino Unido y Francia— diseñaron políticas informativas paralelas

“

**Los gestores de esa política
determinaron que la conducción
de la guerra impone:
no proporcionar información
útil al enemigo y evitar que
se publiquen noticias
desmoralizadoras para las
tropas y la población amiga.
Control estricto de la información
será el resultado.**

”

que unificaron para obtener los mejores resultados ante la opinión pública internacional. Muchas naciones, una sola imagen, será el eslogan que mejor resumirá la situación. Así, independiente de la política de información que cada país desarrollaría hacia sus nacionales, en función de su situación política y de la particular idiosincrasia de aquellos, se definió una política informativa común y se creó una Oficina Unificada de Información de la fuerza internacional para el teatro de operaciones.

(...) La política de información se establecerá, en su conjunto, en el marco legal existente en tiempo de paz —derecho a la información—, pero con restricciones parciales o locales durante el desarrollo del conflicto. Es bien claro que, en regímenes democráticos, con total reconocimiento de un sistema de libertades, el vocablo 'censura' nunca es bien recibido. Por ello, recordando el lenguaje utilizado por los británicos en las Malvinas, se hablará de 'verificación, revisión o aprobación' de los contenidos en los reportajes.

Todos establecieron sistemas de pools, grupos de periodistas que, acompañados siempre por oficiales, sólo podían visitar aquello que se les proponía. Los que no tenían suerte de ser incluidos en los grupos debían contar con lo que los otros les leían⁷.

Desde el punto de vista del impacto mediático, los resultados de esta política informativa fueron un éxito para los gobier-

nos y sus ejércitos, pero un desastre para los periodistas. Alejandro Pizarroso Quintero dice respecto a la información de prensa en la Guerra del Golfo:

"En realidad en esta guerra no ha habido prácticamente informadores sobre el terreno. Ha sido una guerra seguida desde las retaguardias, desde los estados mayores, desde Bagdad, desde Riad. Es decir, sin posibilidad para los corresponsales y enviados especiales de recoger información por sí mismos, debiendo limitarse a ser los transmisores de una información que ya les llegaba perfectamente elaborada, 'lista para su uso' y naturalmente censurada⁸."

La política de restricciones siguió intacta en los ataques contra Afganistán luego de los atentados del 11 de septiembre. El conocido periodista mexicano Jorge Ramos Ávalos, reportero y presentador estrella de los noticieros de Univisión, explicó en un artículo de prensa del 15 de octubre de 2001 que durante la campaña militar contra Afganistán que realizó Estados Unidos, la llamada Guerra contra el Terrorismo, los controles a la información estaban siendo idénticos a los citados:

"Los periodistas que viajan en los portaaviones norteamericanos y acompañan a las fuerzas especiales de Estados Unidos y Gran Bretaña tienen que aceptar la censura directa por parte de los militares. Y esto tiene su razón de ser. Ningún reportero que acompañe a soldados de la alianza contra Afganistán puede decir dónde se encuentra ni dar información que ponga en peligro a militares y civiles norteamericanos. Quien no acepta ser censurado de antemano, sencillamente, no puede participar en esas misiones. Esas son las reglas del juego en tiempos de guerra; se toman o se dejan⁹."

La política de restricción fue más que evidente desde el propio momento de los atentados del 11 de septiembre y de ella se ha hablado públicamente. Los controles sobre la información vinieron desde el mismo día de los ataques contra las Torres Gemelas y el Pentágono, y cubrieron a gran parte de la prensa norteamericana. El 19 de noviembre de 2001, el periódico *El Tiempo* informó:

"Los periodistas se quejan a diario de la poca información que están recibiendo de las autoridades que, incluso, han limitado a solo 12 los medios de comunicación con los que se tiene algún tipo de intercambio.

A los funcionarios en el Departamento de Estado, la Casa Blanca y el Pentágono se les tiene prohibido hablar con los

medios y muchos han recibido 'recomendaciones' sobre el tipo de historias que deben o no publicar. La suspensión de la entrevista con un portavoz talibán que pensaba transmitir la Voz de América y las críticas por el contenido del programa Políticamente Incorrecto son algunos ejemplos de la presión que ejerce la administración.

Además, el Gobierno le pidió ayer a las principales cadenas de televisión del país que no retransmitan íntegros los comunicados en video de Osama Bin Laden, por el temor de que el saudí utilice estos mensajes para enviar mensajes codificados a sus hombres con instrucciones para cometer más atentados terroristas. El llamado fue aceptado inmediatamente por CNN, que no emitirá mensajes de Bin Laden o de sus portavoces sin que sean vistos con anterioridad o sin informar antes a las autoridades"¹⁰.

La maquinaria de restricciones a la información se 'aceitó' mucho antes de la actual Operación Libertad, la campaña contra el régimen de Sadam Hussein. Respecto a las anteriores, en la actual Estados Unidos sólo varió al permitir que periodistas estuvieran en las bases militares de la Coalición y que acompañaran a las tropas durante su incursión a territorio iraquí, tanto en misiones de reconocimiento como de ataque.

Esos periodistas, que los militares llamaron 'incorporados', fueron básicamente norteamericanos y recibieron entrenamiento en bases militares de ese país sobre cómo comportarse en situaciones que posiblemente se iban a presentar en el campo de batalla: uso de máscaras de gas, qué hacer en momentos de combates con el enemigo, conocimiento de armamento, etc. Por una parte, convivieron con tropas desde mucho antes de que comenzara el ataque. Por otra, tuvieron que someterse a las condiciones que les pusieron los militares, contenidas en un documento que debieron firmar y que eufemísticamente se denomina "Acuerdo de Adhesión al reglamento establecido por el Mando Terrestre de las Fuerzas de Coalición (CFLCC), destinado a los medios de comunicación".

Ese "Acuerdo de Adhesión" contiene 49 puntos que explican qué pueden y qué no pueden informar los periodistas que acompañan las tropas. El texto completo se puede hallar en la página web de Reporteros sin Fronteras (www.rsf.org)¹¹, pero trae cosas del siguiente talante, que hablan por sí solas y explican la continuidad de ese modelo restrictivo contra los periodistas: (los números que aparecen

“

La política de restricción fue más que evidente desde el propio momento de los atentados del 11 de septiembre y de ella se ha hablado públicamente.

Los controles sobre la información vinieron desde el mismo día de los ataques contra las Torres Gemelas y el Pentágono

”

son la ubicación dentro del Acuerdo y todo es textual según la traducción de Reporteros sin Fronteras)

2. Los despachos y reportajes filmados deberán fecharse en función del reglamento en vigor en el lugar de las operaciones. El reglamento local seguirá las vías jerárquicas del mando, en coordinación con el mando Central (CENTCOM).
6. Podrán imponerse embargos, para garantizar la seguridad de las operaciones, y se levantarán una vez que ya no exista ninguna causa para ellos.
7. Se pueden publicar las siguientes informaciones:
8. Los efectivos aproximados de las fuerzas aliadas;
9. El número aproximado, por servicio, de víctimas en las fuerzas aliadas. Los periodistas incorporados podrán, con las limitaciones de las OPSEC (Operations Security), confirmar el número de víctimas por unidad, que hayan constatado de visu;
10. El número confirmado de soldados enemigos detenidos o capturados;
11. La importancia de las fuerzas aliadas que participan en una acción o en una operación, podrá divulgarse en términos aproximados. La identificación de las fuerzas aliadas, o de una unidad,

podrá publicarse a partir del momento en que no peligre su seguridad;

14. Las fechas, hora y lugar de las misiones y acciones militares convencionales, así como el final de las misiones, solo podrán publicarse si se describen en términos generales;
15. El tipo de artillería empleada deberá expresarse en términos generales;
17. El tipo de defensa empleado en las operaciones (defensa aérea, infantería, divisiones blindadas, marines);
18. La participación de las fuerzas aliadas en cada tipo de operación (naval, aérea, terrestre, etc), con el consentimiento del mando de la unidad aliada;
22. No se pueden publicar las siguientes informaciones, en la medida en que podrían comprometer operaciones y poner vidas en peligro:
23. El número exacto de los efectivos de unidades situadas en el escalafón del Cuerpo/Fuerzas Expedicionarias de los Marines (MEF);
24. El número exacto de aviones de las unidades situadas en el escalafón, o bajo el escalafón del Escuadrón Expedicionario Aéreo (*Air Expeditionary Wing*);
25. El número exacto de otros tipos de material militar, avituallamiento y apoyo logístico esenciales, tales como la artillería, los carros, los vehículos de desembarco, los radares, los camiones, el agua, etc.;
26. El número exacto de navíos en las unidades situadas en el escalafón de los transportadores de grupos de combate;
27. El número de instalaciones militares o la localización exacta de unidades militares en la zona de responsabilidad del CENTCOM, a menos que sean expresamente publicadas por el Ministerio de Defensa, o autorizadas por el Mando del CENTCOM. Está prohibida la difusión de informaciones e imágenes identificables o que incluyan características identificables de esos sitios;
29. Las informaciones relativas a las medidas de protección de las instalaciones militares y de los campamentos (con excepción de los que son visibles o fácilmente identificables);
30. Las fotografías que muestren el nivel de seguridad de las instalaciones militares y de los campamentos;

33. Al comienzo de las hostilidades se exigirán algunas precauciones suplementarias, con el fin de maximizar el efecto sorpresa. Estarán prohibidos los reportajes filmados en directo por los periodistas incorporados sobre los terrenos de la aviación, en tierra o a bordo de navíos, hasta el regreso a puerto seguro de las misiones de los comandos iniciales, o hasta que el mando de la unidad dé su autorización;
34. Durante la ofensiva, las informaciones específicas sobre los movimientos de las tropas aliadas, los despliegues tácticos y las disposiciones que podrían comprometer la seguridad de las operaciones y poner vidas en peligro. Las informaciones relativas a los combates en marcha no podrán publicarse, a menos que sean autorizadas por el mando del sitio de las operaciones;
35. Las informaciones relativas a las unidades de operaciones especiales, a la metodología de las operaciones excepcionales y a las tácticas, como por ejemplo las operaciones aéreas, los ángulos de ataque, las tácticas navales, las maniobras dilatorias, etc. En cambio, se podrán utilizar términos tales como “bajo” o “rápido”;
38. Las informaciones relativas a los aviones averiados o abatidos, o a los navíos dados por desaparecidos, mientras estén en marcha la búsqueda y las operaciones de socorro y recuperación;
39. Las informaciones sobre la eficacia de los métodos del enemigo en materia de camuflaje, protección, trampas, blancos alcanzados, disparos directos e indirectos, actividades de inteligencia y medidas de seguridad;
40. No se podrá tomar ninguna fotografía, ni ninguna filmación, del rostro identificable de un prisionero de guerra o de un detenido enemigo, ni de las placas de identidad o cualquier otro elemento identificador. No se concederá ninguna entrevista con ningún detenido;
41. No se autorizarán fotografías ni imágenes de video de operaciones de detención, ni entrevistas con las personas detenidas;
42. Los periodistas no podrán divulgar los nombres de los soldados muertos, dados por desaparecidos o heridos, hasta que no sean informados sus familiares;
43. Aunque están autorizadas las imágenes de las víctimas, destinadas a mos-

“

Bien se sabe que una prensa libre siempre es una piedra en el zapato para los gobernantes, para el poder en general; y, por supuesto, también para los guerreros, soporte armado de ese poder.

”

trar los horrores de la guerra, no se podrá tomar ninguna fotografía ni imagen filmada del rostro reconocible de un soldado fallecido, su placa de identidad o cualquier otro elemento que le identifique;

44. Las visitas de la prensa a las instalaciones médicas se llevarán a cabo de acuerdo con los reglamentos en vigor, los procedimientos standard, las órdenes operativas y las instrucciones dadas por los médicos de servicio. En caso de conseguir el permiso, los periodistas estarán permanentemente escoltados por miembros del ejército, o por personal de la estructura médica;
47. Se dará permiso para entrevistar o fotografiar a un paciente, con las únicas condiciones de que consentan el médico de servicio o el mando de la instalación, y de que el paciente haya dado su acuerdo expreso “con total conocimiento de causa”, en presencia de un testigo miembro de la escolta.

Al final, al pie de donde va la firma del periodista y de un testigo, una cláusula dice: “Soy consciente de que cualquier violación de este reglamento supondrá la inmediata revocación de mi acreditación en el CFLCC”. Con base en esa directriz, por ejemplo, el 28 de marzo el Pentágono expulsó de Irak a Philip Smucker, reportero del *Christian Science Monitor* y del *Daily Telegraph*, y dos días después prohibió a los periodistas ‘incorporados’ utilizar sus teléfonos satelitales.

¿AUTORREGULACIÓN? MEJOR HABLAR DE CONTROL PREVIO

Muchas de las informaciones que vemos sobre éste conflicto seguro están limitadas por políticas de restricción a la información como las explicadas y no por normas de autorregulación o responsabilidad que se dictan los propios periodistas o los medios. Esas políticas son resultado de los cambios que las grandes potencias militares, en particular Estados Unidos, han ido introduciendo para el manejo de su información pública en tiempos de guerra. Como hipótesis, se puede plantear que esas normas lo más posible es que continúen en el futuro y que otros gobiernos y ejércitos las copiarán. Bien se sabe que una prensa libre siempre es una piedra en el zapato para los gobernantes, para el poder en general; y, por supuesto, también para los guerreros, soporte armado de ese poder. Por eso unos y otros limitan su capacidad de acción. Como lo vienen haciendo en ésta, la que publicitariamente se ha denominado “la primera guerra del siglo XXI”.

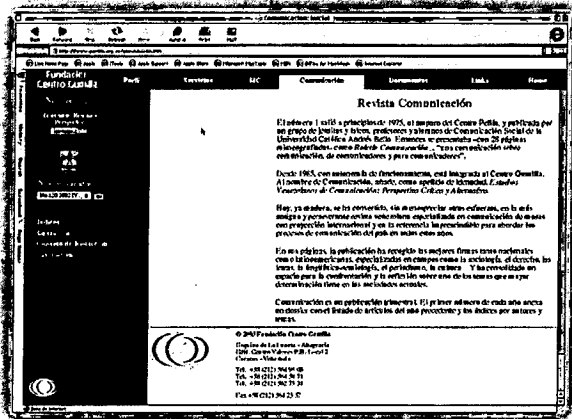
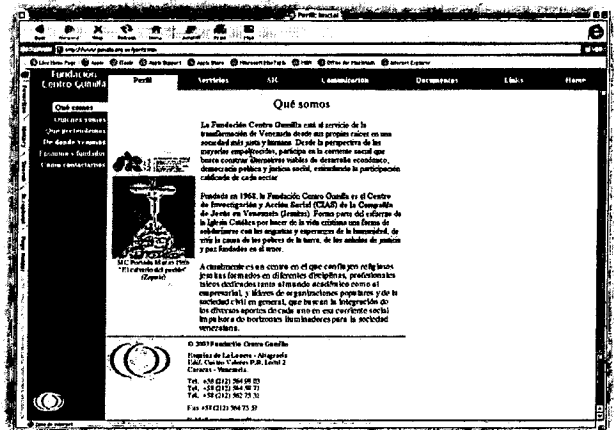
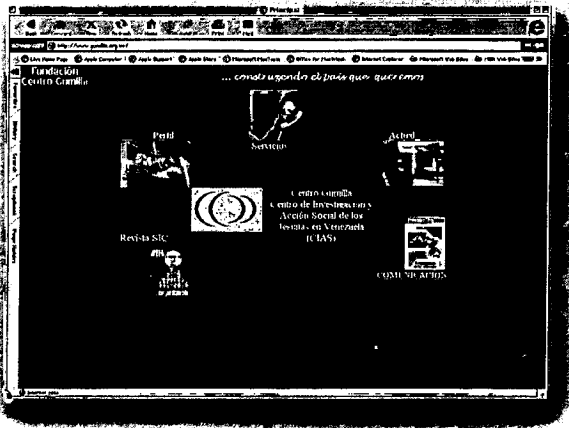
■ **Juan Gonzalo Betancur B.**
Periodista y profesor de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga

Notas y referencias bibliográficas

- 1 KISSINGER, Henry (1980). *Mis memorias*. Buenos Aires: Editorial Atlántida, cuarta edición. Pág. 169
- 2 Ibid. Pág. 169
- 3 Ibid. Pág. 357
- 4 MARÍN CALAHORRO, Francisco (1999), *Los conflictos de fin de siglo y los medios de comunicación - El Síndrome de Vietnam*. Las Malvinas. La Guerra del Golfo.
- 5 “El misil informativo de Al-Jazira”. Periódico *El Tiempo*, martes 25 de marzo de 2003, página 1-4.
- 6 SOHR, Raul (1998), *Historia y poder de la prensa*, Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello. Pág. 61
- 7 CALAHORRO, Op. Cit.
- 8 PIZARROSO QUINTERO, Alejandro (1991), *La guerra de las mentiras - Información, propaganda y guerra psicológica en el conflicto del Golfo*, Madrid: Eudema S.A. Pág. 118
- 9 Artículo *El periodista y la guerra*, en www.jorge-ramos.com/articulos/articulos116.htm
- 10 Artículo “Información de guerra en E.U., ¿control o censura?” en *El Tiempo*, lunes 19 de noviembre de 2001.
- 11 El documento se encuentra en www.rsf.org/articulo.php3?id_article=5312 según consulta hecha el 12 de abril de 2003.

Visite nuestra página en internet

www.gumilla.org.ve



Buzones correo electrónico

REDACCION SIC // sic@gumilla.org.ve

REDACCION COMUNICACION // comunicacion@gumilla.org.ve

UNIDAD DE DOCUMENTACIÓN // documentacion@gumilla.org.ve

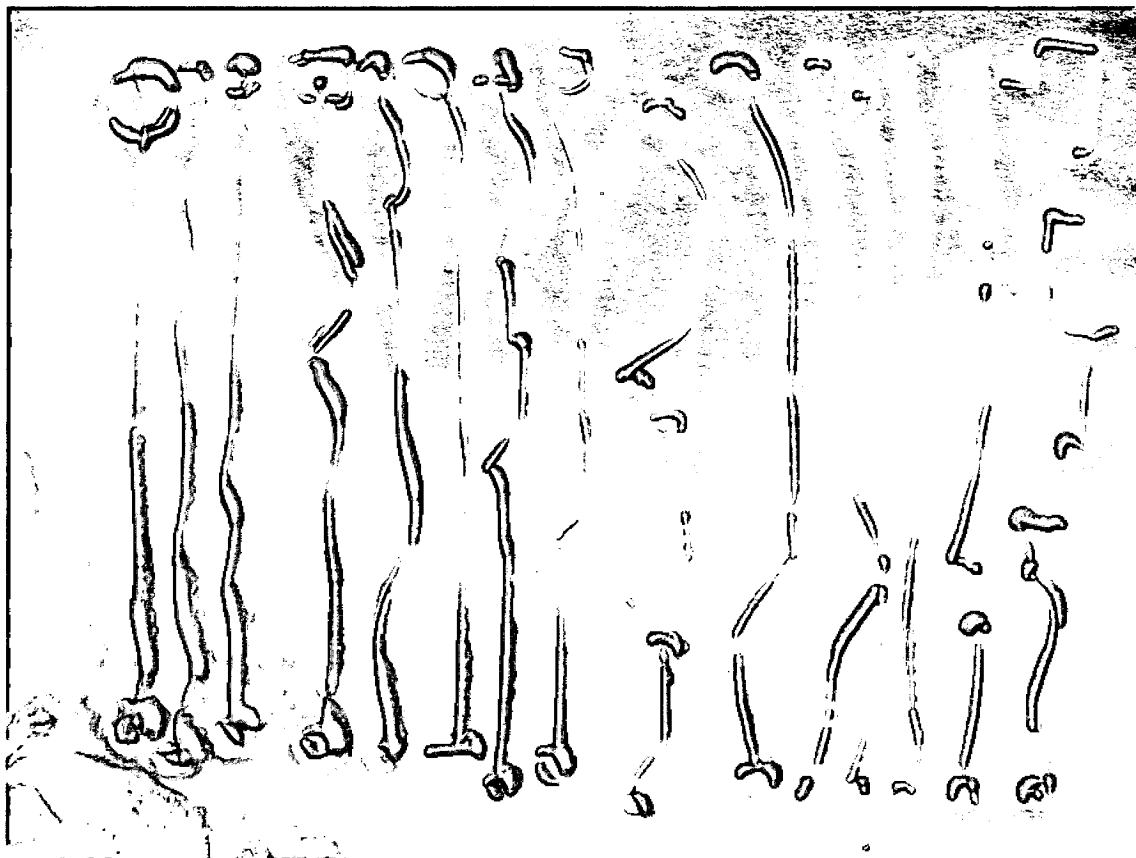
ADMINISTRACION // administracion@gumilla.org.ve

LA DISRUPCIÓN

entre lo público

Comúnmente, el significado de las palabras público y privado es conocido por los miembros de una sociedad. Sin embargo, no pocas veces se cuelan ciertos malentendidos. Para Jesús María Aguirre, actualmente se pueden encontrar tres nudos centrales en cuanto a la diferenciación entre lo público y lo privado. Por una parte, la definición de servicio público en comunicación; por otra, la invasión de la privacidad de personalidades por parte del periodismo; y finalmente, la intromisión de las nuevas tecnologías de información y comunicación. Algunas formas, como los “paparazzi”, ya son hartó conocidas; y otras, como los “Reality show”, los “hackers” y los “jackers”, están cobrando un creciente protagonismo

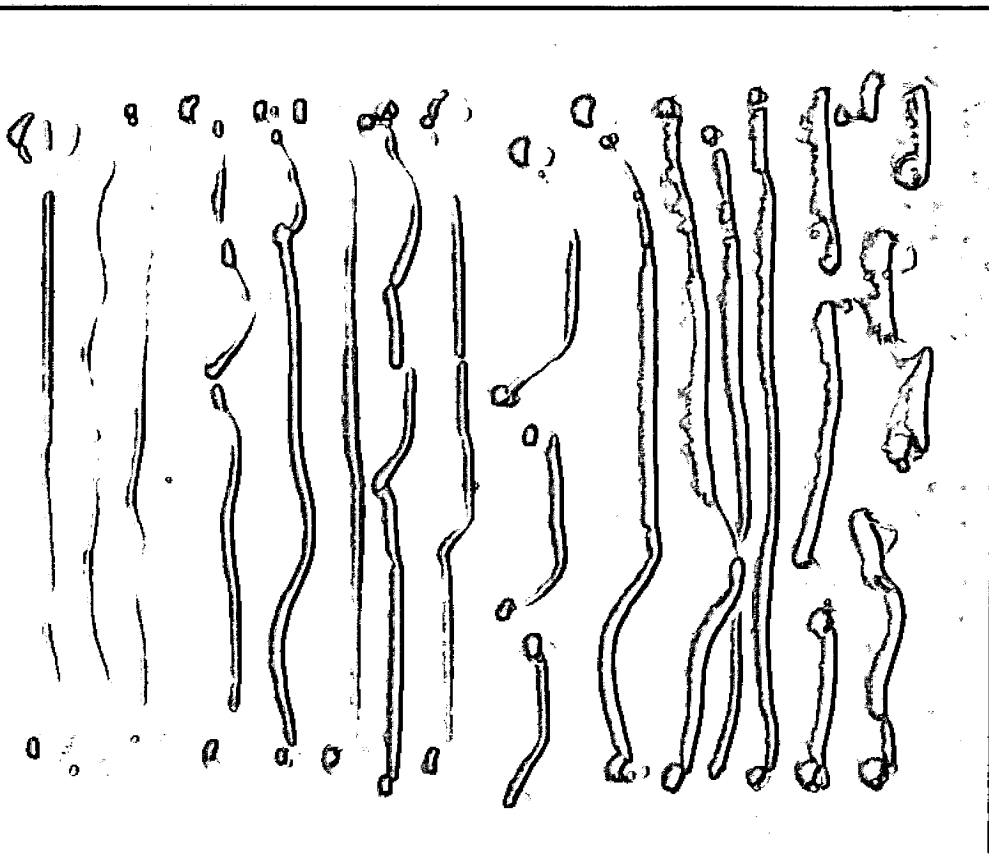
■ Jesús María Aguirre



y lo privado

en la esfera de la comunicación

Galería de Papel. Apus I y II. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)



Desde los expertos en comunicación hasta el ciudadano común se hallan diariamente envueltos en el uso de las nociones de lo público y lo privado, sea para dirimir problemas macro-sociales referidos a las políticas públicas en un caso, sea para resolver las diferencias prácticas en la vida cotidiana en el otro. En unos y otros hay un saber común -sentido común-, repleto de sobrentendidos, pero también de malentendidos por el cambio de época que vivimos.

La distinción entre las nociones de público y privado que heredamos de la cultura grecolatina como un saber preestablecido y asociado a la metáfora de la “plaza pública” (αγορα/agorá), y que la modernidad burguesa transfiguró en “espacio público” (öffentlichkeit, publicité, publicity), vuelve a ser trastornada por la injerencia de los nuevos medios tecnológicos en las transacciones sociales y políticas.

Si en el contexto griego clásico el espacio físico de la plaza acotaba el lugar donde los ciudadanos se reunían para debatir los asuntos concernientes al gobierno de la ciudad (πολις/polis), y en la cultura romana el foro delimitaba la zona concreta donde se tematizaban los tópicos concernientes a la cosa pública (res publica), en la modernidad la metáfora espacial deja paso a una categoría abstracta del espacio de interacción pública de una ciudadanía emancipada, cuya estructura teórica cabal la daría Kant con su concepto de “publicidad” (Öffentlichkeit)¹.

Paralelamente y sobre el mismo eje de oposición, en la antigüedad lo privado se opone a lo público, como lugar de la domesticidad y esfera del poder del dueño de la casa (οικος/oikos, domus) sobre las mujeres, niños y esclavos. Y, a su vez, en la modernidad, se estructura un concepto

de lo privado, que concierne no solamente a las fronteras espaciales y/o físicas, sino al dominio privativo de la conciencia individual frente al dominio público de lo político.

En esta transfiguración moderna hacia la interioridad y la libertad de conciencia tuvieron que ver no solamente los desarrollos teóricos de la Ilustración, que separaba la política de la moral, sino el impacto de las mismas Guerras de Religión europeas, cuya resolución llamaba a la crítica política de los absolutismos reales, a la tolerancia y a la diferenciación emancipadora entre la nueva razón universal frente a las creencias particulares de los grupos enfrentados.

UNA NOTA FENOMENOLÓGICA

Antes de referirnos a los problemas específicos de nuestra contemporaneidad, es conducente precisar el carácter que actualmente atribuimos a la privacidad, así como a su valoración compartida en el seno de una cultura urbana convencional.

El debate actual sobre la vida privada, implica las adquisiciones modernas de la cultura occidental sobre las nociones de propiedad y libertad. Están en juego las suposiciones de que en mi vida privada tengo la capacidad de hacer lo que quiero “en mi propio territorio”, simplemente porque es mío y a la vez el de hacer cosas, libre de interferencias, “fuera de las miradas y escuchas de los otros”². Además compartimos la creencia de que la vida privada nos reporta beneficios y de que su aceptación común es buena para todos o casi todos.

Recojamos un elenco de situaciones de diferente signo y diversos juegos lingüísticos en que la vida privada se nos presenta como buena o útil³:

- No quiero que otros sepan lo que estoy haciendo ahora;
- No quiero que otros me observen en el cuarto de baño;
- No quiero que otras personas entren en mi habitación sin mi permiso;
- No quiero que otras personas lean mi correspondencia, mi diario, etc.
- No quiero que otros conozcan aspectos de mi pasado.

A estas y análogas situaciones pudiéramos añadir otras de carácter más relacional como la resistencia a exponer en común la intimidad corporal, la orientación sexual o la interioridad individual, trátase al nivel del comportamiento en pa-

“

El debate actual sobre la vida privada, implica las adquisiciones modernas de la cultura occidental sobre las nociones de propiedad y libertad. Están en juego las suposiciones de que en mi vida privada tengo la capacidad de hacer lo que quiero “en mi propio territorio”, simplemente porque es mío y a la vez el de hacer cosas, libre de interferencias.

”

reja, de los resultados de un chequeo médico, de la relación confidencial con el confesor o siquiatra, de los conocimientos no intencionalmente adquiridos y otras facetas de la existencia que envuelven los sentimientos de pudor, intimidad, vergüenza, etc. En el fondo, todas ellas remiten al deseo de “ser capaz de ser yo mismo” y mantener el “reconocimiento de los otros”⁴.

Cabe preguntarse por qué consideramos todos estos asuntos como privados y los argumentos comunes pueden resumirse a los siguientes: deseamos acotar nuestro *propio territorio* (casa, habitación, escritorio, oficina...) y controlar el acceso de otras personas a ese espacio, sea o no propiedad privada; nos disgusta ser observados en *actividades íntimas* (necesidades biológicas o afines); mis *pensamientos* y *sentimientos íntimos* son sólo asunto mío y no estoy obligado a contárselos a los demás, por eso nos disgusta que otros hurguen en nuestros asuntos personales⁵; las *informaciones personales* sobre nuestra salud, nuestras rentas, nuestras preferencias sexuales no son asuntos de incumbencia de nadie más que nuestros médicos, contadores, sicoanalistas, profesionales a quienes nos hemos confiado, generalmen-

te, bajo el acuerdo tácito del secreto profesional; las *relaciones personales*, sobre todo afectivas, son asuntos privados por cuanto los involucrados quieren ser capaces de escoger quiénes van a ser las terceras personas que sabrán los datos, y en todo caso queremos controlar quiénes tendrán acceso a los mismos.

Los antropólogos culturales nos sorprenderían con numerosas variantes halladas en distintas culturas y aun dentro de la misma cultura sobre las actitudes y límites de estos comportamientos sociales y psicológicos, pero ello no invalida la existencia significativa de pautas conductuales que se atienen a estos razonamientos de seguridad psicológica y control personal sobre el entorno y que son protegidas por las leyes.

Por fin, una última pregunta al respecto es si tras estas razones específicas hay algún principio ético y moral que lo fundamente y valide. Las respuestas, según la corriente interpretativa a la que nos sumemos, o bien pueden ser meramente utilitaristas en el sentido de que ello resulta provechoso en la convivencia social, o pueden remitirse al principio de que las personas deben ser tratadas como fines y no como medios, y corremos el riesgo de utilizar a las personas como cosas para ser miradas y no personas para ser respetadas en su autonomía.

Esta fenomenología microsocia resulta actualmente insuficiente por cuanto la expansión de las nociones de propiedad y libertad del plano de la autorrealización individual hacia el plano institucional ha hecho que las características y derechos asignados anteriormente a los individuos se hayan trasladado por analogía a los actores socialmente organizados. Es decir, que hoy se habla de una privacidad relativa al tamaño y escala de la organización considerada como un individuo colectivo, que guarda celosamente no solamente la confidencialidad interna sino su identidad e imagen.

UNA REFLEXIÓN CONTEMPORÁNEA SOBRE LA MEDIACIÓN PÚBLICA

Con el advenimiento de las democracias masivas y las nuevas necesidades de cohesión y de representación, los medios de comunicación se convierten en mecanismos intermediarios de la vida social y política y, en general, del espacio público. En esta etapa el marco “mediático” posibilita la presentación pública de los múltiples aspectos de la vida política y social, más allá

del intercambio cara a cara a nivel personal, grupal o asambleario, pero este escenario, a su vez, se presta, como apunta Ferry, a las perversiones propias de la feudalización política: avasallamiento de la opinión pública por medio de los partidos, los sindicatos, las asociaciones y todo cuerpo intermedio; burocratización y tecnificación de una política opacada; sustitución final de la concertación por la manipulación; abandono de la ciudadanía, dispersada en un proceso anómico vinculado al eclipse de lo político, y, hoy más que nunca cabe afirmar el triunfo de la sociedad administrada con una mediocracia instrumental, que sustituye a los mismos partidos políticos y que amenaza la identidad individual.

Una aproximación de tipo evolutivo nos llevaría a tener que analizar el desarrollo histórico de la libertad de expresión en conjunción con la libertad de prensa y últimamente la concepción del derecho a la información y comunicación en las sociedades democráticas⁶, objeto que va más allá de la intención de este artículo, que pretende ceñirse a los impasses actuales entre lo privado/público derivados de esa evolución. Veamos cuáles son esos nudos centrales.

Entre los múltiples problemas en que se interceptan las dimensiones pública y privada de la comunicación social en las sociedades contemporáneas, podemos remarcar tres principales:

- 1) en primer lugar, los que conciernen a la definición del servicio público de comunicación;
- 2) los que se refieren a la invasión de la privacidad de personalidades privadas o públicas por el periodismo;
- 3) los que remiten a la intromisión privada de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

1) La discusión sobre el servicio público de comunicación

El carácter ubicuo y extensivo de los medios masivos como instrumentos de socialización, ha despertado hace mucho tiempo el interés de los Estados-nación para su utilización política, y en ese ámbito se han situado las reflexiones que conciernen a las políticas públicas de comunicación. En otro sentido, las empresas privadas han establecido predominantemente un uso privativo de los medios para determinadas funciones ideológicas y mercantiles, pero situándose también en el espacio público con otras funciones complementarias, subsidiarias o competitivas.

“

Con el advenimiento de las democracias masivas y las nuevas necesidades de cohesión y de representación, los medios de comunicación se convierten en mecanismos intermediarios de la vida social y política y, en general, del espacio público.

”

En la determinación de las funciones del Estado en las democracias liberales perduran dos grandes tendencias para definir la noción de actividad pública: la tradición del servicio público, desarrollada sobre todo en Francia, y la tradición norteamericana de las “*public utilities*”. La primera se basa principalmente en la consideración de actividades de interés general a favor de una colectividad, reconocidas como tales por el Estado. La tradición norteamericana, a su vez, entronca con las obligaciones de las empresas *-affected with a public interest-* más que con la reflexión sobre el papel del Estado. Estas empresas se concentran especialmente en los sectores del transporte, la energía y las comunicaciones.

Pero, como afirma Tremblay, aunque por vías distintas tanto en el sistema norteamericano como en el francés se admite que:

- el servicio público o las empresas de utilidad pública inciden en actividades relacionadas con el interés general;
- corresponde al Estado decidir lo que es de interés general;
- la gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas;
- las empresas de servicio público deben cumplir las exigencias de continuidad del servicio, accesibilidad o igualdad y adaptabilidad.⁷

El gran debate, a partir de los ochenta, cuando han irrumpido las corrientes de desregulación y liberalización, se ha situado en la determinación de cuáles son las empresas de servicio público que debiera reservarse el Estado y la conveniencia o no de entregar la gestión de algunas de ellas a la empresa privada, considerada más eficiente.

La historia de la década de fin del siglo pasado ha estado signada por una fuerte orientación mundial hacia el desmantelamiento de las grandes organizaciones de los medios masivos públicos y a su privatización.

Los resultados de esta evolución aún están por decantarse, pero nos han puesto frente a un doble problema: por una parte el de la mercantilización de los medios, derivada de su privatización, que ha *superado la función social* de los medios, es decir su función pública y democrática, a la mera rentabilidad económica; y, por otra parte, el *auge de la mediocracia*, en que los mismos medios, manejados por las plutocracias, han pasado de intermediarios de otras instituciones sociales y políticas, a actores políticos centrales, sin otra representación que la de sus audiencias. No parecen vislumbrarse a las inmediatas soluciones para solventar esta depauperación de las democracias y de la sociedad civil, que en el caso de los países en desarrollo se ve agravada por la neocolonización globalizadora del espacio público transfronterizas, a través de medios privados transnacionales, sin respeto por la autonomía y soberanía de los estados-nación y sus respectivas identidades culturales.

2) La invasión de la vida privada por el periodismo

Ésta es una problemática que las constituciones y las legislaciones más antiguas recogieron en su articulado, pero que hoy se ha visto desbordada por una progresión de nuevas modalidades, especialmente televisivas, sumamente invasoras de la privacidad⁸. Consta que ya en las “*acta diurna*” del Foro romano destacaban dos asuntos como los crímenes y los divorcios.

No es, pues, una novedad que el periodismo naciente de la modernidad se nutriera de escándalos y chismes de reyes y señores, que constituían la delicia de los públicos. La visión opositora de la prensa ilustrada frente al poder, justificaba además, el derecho de ser informado, especialmente, sobre las autoridades gobernantes.

La degeneración del periodismo sensacionalista ha llevado, al fin, a las empresas

a establecer una componenda entre Dios y el diablo, creando unos medios de información amarillistas, que recurren sistemáticamente a escarbar los aspectos íntimos o sórdidos de las personas, y otros más equilibrados u objetivos, dedicados a informar sobre aspectos relevantes. Esta ambigüedad dio una patente de corso a los periodistas dedicados a husmear la vida privada, los escándalos y las intimidades de los personajes famosos, sea por razón de su rol político o sea por su prominencia social en cualquier faceta de la vida (artista, clérigo, deportista, modisto, etc.). Ahora bien, para poner coto a la cacería mediática y al abuso profesional se han ido codificando las pautas del ejercicio periodístico con algunos criterios éticos⁹.

Entre las nuevas prácticas informativas y programáticas cabe destacar, principalmente, tres ya consolidadas, que revisitan múltiples variantes:

- a) *El asedio fotográfico a corta y larga distancia* de las primeras figuras políticas y de las estrellas del “show business”, que persigue obtener las mejores fotografías o tomas para portadas de revistas, programas de corazón, y, en general, magazines televisivos. A esta práctica han servido particularmente las mejoras técnicas de los teleobjetivos para las tomas a distancia, la miniaturización de las cámaras que pueden pasar por adminículos imperceptibles y la temeridad de los “paparazzi”, alentados por unas jugosas ganancias.
- b) Las tácticas de las *grabaciones ocultas* o de la cámara escondida, que ocupan los espacios de la mayor parte de los canales televisivos, dedicados al entretenimiento. Con o sin complicidad con terceras personas, se crean situaciones para provocar al incauto, utilizando estrategias semejantes a un secuestro o a un experimento de laboratorio.
- c) Las modalidades centradas en el *monitoreo de las intimidades* de los personajes famosos o comunes “veddetizados” por los mismos medios, que van desde las entrevistas a calzón quitado y los “reality show” sobre personas de muy diverso rango, particularmente excéntricas, hasta el seguimiento minucioso de la vida cotidiana en un espacio previamente compuesto (El gran hermano, La casa de los artistas, Operación triunfo, etc.).

La justificación inicial de esta escalada en la penetración de la vida privada se basaba en la libertad de expresión y en el derecho de los ciudadanos a saber de la vi-

“

Desde el inicio del procesamiento de datos de los ciudadanos por parte de la administración pública, de las empresas privadas sobre sus empleados o clientes, de los hospitales sobre los pacientes, de las instituciones educativas sobre los escolares, de los centros de investigación sociológica sobre los encuestados, etc., se planteó la eticidad de su uso más allá de las intenciones primeras, manifestadas a los afectados.

”

da de sus representantes políticos, autoridades; y en general, personas cuyas decisiones implican la marcha de la vida en común (polis).

Hoy, a pesar de que estas justificaciones se reiteran con el objeto de salvar la libertad de expresión y recurrir a la complicidad de los involucrados, la dinámica desatada comporta claros intereses económicos, que ponen a los periodistas, animadores, productores y participantes en la responsabilidad de distinguir entre el encargo de la empresa y el cargo profesional con su función social de servir al público.

El drama de nuestros días, cuando arrecian los conflictos, es que ni siquiera la ley de protección a la privacidad de las comunicaciones resguarda la interceptación de mensajes particulares por la policía o de empresas de redes telefónicas sobre las transmisiones de cuerpos de seguridad.

El discernimiento sobre si debe prevalecer la privacidad de las personas o el interés público y los límites de la injerencia en la vida privada de los políticos o ciudadanos comunes, obliga a un ejercicio permanente de las disposiciones éticas del profesional, del que no exime la existencia de unos códigos formales¹⁰.

3) Las tecnologías de la información y comunicación vs. la vida privada

Las anteriores estrategias pervasivas de la vida privada se han combinado también con las nuevas tecnologías para irrumpir en el espacio cibernético. En este sentido no cabría hablar de una problemática nueva, a no ser por las dimensiones que ha cobrado en la red, y por ende, su penetración en el funcionamiento social y político.

Pero lo que aquí nos interesa, sobre todo, resaltar son las nuevas variantes cualitativas ligadas a los problemas informáticos como son el uso de datos personales, la intervención o “hacking” informático y la vigilancia.

a) Desde el inicio del *procesamiento de datos de los ciudadanos* por parte de la administración pública, de las empresas privadas sobre sus empleados o clientes, de los hospitales sobre los pacientes, de las instituciones educativas sobre los escolares, de los centros de investigación sociológica sobre los encuestados, etc., se planteó la eticidad de su uso más allá de las intenciones primeras, manifestadas a los afectados. Pero los sistemas actuales permiten la recopilación y el intercambio de información personal a una escala sin precedentes con un aumento potencial de las violaciones de la vida privada de individuos y grupos. La pregunta de qué se puede almacenar y por cuánto tiempo incumbe sin duda a los ciudadanos afectados, pero rara vez ellos están en capacidad de controlar tales procesos. Las legislaciones nacionales están precisando las condiciones y límites de la utilización de datos y además diversos códigos de ética pretenden encauzar las conductas profesionales¹¹.

b) Una vez que se generalizó el uso de la informática, entre los apasionados surgieron personas experimentadas, a menudo jóvenes o expertos contestatarios, llamados “hacker”, que se introducían en los ficheros de acceso más difíciles, duplicando o modificando los programas. En el argot común se habla de *piratería informática*. Para este análisis es secundaria su diferenciación con los “jackers”, cuyos objetivos serían destructivos, pues ambos están en capacidad de entrometerse en los terminales ajenos sin el consentimiento del usuario e invadir la vida privada. Algunos justifican la existencia de “hackers”¹² inofensivos, que no dañan, sino simplemente miran sin

cometer delito, pero la injerencia de los mismos pone en sospecha la integridad de los datos, ya que los cambios no son fácilmente detectables.

- c) Una tercera vertiente tiene que ver con la *vigilancia* de los patrones o directivos de empresas sobre las operaciones de los subalternos. El uso generalizado de los computadores ha tenido unos efectos ambivalentes en las organizaciones, pues a la vez que ha potenciado las posibilidades de interacción interna y externa de los trabajadores, ha servido también para facilitar el control de los mismos. Diversos dispositivos instalados en la red permiten controlar los tiempos y lugares de acceso de los usuarios, el historial de las actividades, la productividad, y otros factores. Hasta el presente cada empresa establece sus reglas de juego sobre el uso de los servicios en red y las colisiones entre los intereses de los empleadores y empleados se dirimen en los tribunales de trabajo.

CONCLUSIÓN

En medio de las actuales transformaciones tecnológicas y sociales, las fronteras tradicionales entre el espacio público y privado se han modificado hasta el punto de que quedan desdibujados los anteriores límites. Precisamente en la época de la exaltación del individualismo, es cuando la vida privada está siendo más interferida e invadida y cuando el ciudadano queda más impotente ante la maquinaria tecnológica. En el fondo de estas cuestiones quedan pendientes las preguntas sobre quiénes son los propietarios de los datos personales; cómo se define la identidad social de los ciudadanos y cuáles son sus derechos privativos ante los medios; quiénes tienen derecho a la vigilancia y control de los equipos y de los flujos de datos; cuáles son los contextos en que tales datos pueden ser utilizados, y cómo determinar los límites temporales de su conservación, de su modificación, y de su transferencia a otros. Las respuestas dependen de la antropología y ética subyacentes a los proyectos políticos y sociales en los que se incorporen tales sistemas de información y comunicación. Tecnócratas y humanistas se verán una vez más en confrontación por el establecimiento de diversos paradigmas sobre los espacios públicos y privados. Y una vez más las nociones de información instrumental y comunicación estratégica para fines de dominación política y obje-

“

En el fondo de estas cuestiones quedan pendientes las preguntas sobre quiénes son los propietarios de los datos personales; cómo se define la identidad social de los ciudadanos y cuáles son sus derechos privativos ante los medios; quiénes tienen derecho a la vigilancia y control de los equipos y de los flujos de datos

”

tivos comerciales se tratarán de imponer sobre los fines democráticos de la comunicación social. La apuesta está echada.

■ **Jesús María Aguirre**
Director de la revista SIC
del Centro Gumilla
y miembro del Consejo
de Redacción de *Comunicación*

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Ferry, Jean Marc (1992) "Las transformaciones de la publicidad política", en *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, pp. 13 ss. Véanse también: Habermas, Jürgen (1981) *Historia y crítica de la opinión pública*, G.Gili, Barcelona.; Cortina, A. (2001) *Alianza y contrato*. Trotta, Madrid.
- 2 En esta reflexión dejamos de lado las consideraciones antropológicas sobre la soledad y sociabilidad humanas, ya que aquí no nos proponemos debatir su valoración para la consecución de la vida buena. Recomendamos al respecto el análisis de Todorov Tzvetan (1995) *La vida en común: ensayo de antropología general*, Taurus, Madrid.
- 3 Para esta aproximación fenomenológica hemos tenido en cuenta la obra de: Wecker, John y Adey, Douglas (2000) *Ética informática y de las ciencias de la información*, Fragua Editorial, Madrid.
- 4 Esta voluntad de "ser capaz de ser yo mismo" está vinculada a la problemática de la identidad personal y colectiva, para cuya comprensión recomendamos la obra de: Dubar, Claude (2000) *La crisis de las identidades. La interpretación de una*

mutación, Edicions Bellaterra, Barcelona. "Las identidades, tanto como las alteridades, -nos dice autor- varían históricamente y dependen del contexto de su definición" (pág. 11). Otro tanto cabe decir de las nociones de lo público y privado.

- 5 Estrechamente relacionados con esta problemática están el rito de la confesión en la religión católica y las entrevistas psicoanalíticas, que, en principio, se supone que son libres. En la cultura moderna se han denunciado permanentemente los procesos inquisitoriales, las confesiones obligadas por torturas, y los tratamientos compulsivos en las clínicas psiquiátricas, que revelan submundos de opresión. Son ilustrativas de esta corriente crítica, por ejemplo, las obras de: Foucault M. (1980) *Vigilar y castigar*, Siglo XXI Ed., México; (1984-1986) *Historia de la sexualidad*. Tomo I y II, Siglo XXI Ed. México.
- 6 Aguirre, Jesús María (1998) "Derecho a la comunicación y compromiso ético de los comunicadores", en Revista *COMUNICACIÓN*, N° 101, Primer Trimestre, Centro Gumilla, Caracas, pp. 31-38; "De la ética y la conciencia moral de los navegantes de Internet", en Revista *COMUNICACIÓN*, N° 102, Segundo Trimestre, Centro Gumilla, Caracas, pp. 16-23.
- 7 Tremblay, G. (1988) "La noción de servicio público", en Revista *TELOS*, N° 14, Jun/Agos., Madrid, pp. 57-63; Vidal Beneyto, J. (2002) "Introducción: más allá de la comunicación", en Id (dir.): *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*. Taurus, Madrid.
- 8 Por ejemplo en la Constitución de la República Bolivariana el artículo 60 reza: "Toda persona tiene derecho a la protección de su honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación. La ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos". Nótese que el texto no usa la palabra "privacidad". Aunque corrientemente el término inglés "privacy", como anota Wecker, es traducido por privacidad, el diccionario de la Real Academia Española no admite aún tal vocablo, y por eso en los textos oficiales se privilegian los vocablos de "vida privada" e "intimidad".
- 9 El Código de Ética del Periodista Venezolano en su artículo 5, párrafo segundo, reza: "El periodista sólo podrá informar de la vida privada aquello que sea de importancia para los intereses de la comunidad".
- 10 De los diversos tratados sobre legislación que abordan esta problemática, recomendamos la obra conjunta de: Faúndez, Héctor y Suárez, Jorge Luis (1993) *Aspectos jurídicos de la libertad de expresión en Venezuela*, Colección Ayacuá, N° 5, Ucab, Caracas. Véase la sección: iii sobre "La protección de la intimidad" (p.24), así como también en los anexos la "Ley sobre protección a la privacidad de las comunicaciones" Gaceta Oficial N° 34.863, del 16-12-1991 (p.314).
- 11 Uno de los primeros códigos más conocidos es el de la ACM: "Code of Ethics and Professional Conduct. 1992; Barroso, Porfirio (1997) "Cuatro principios de ética en Internet", en *Revista de Estudios de Comunicación ZER*, noviembre-azarora, Universidad del País Vasco, Bilbao.
- 12 Véase por ejemplo: Pekka Himanen (2002) *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Ed. Destino.

LOS MEDIOS y la participación ciudadana

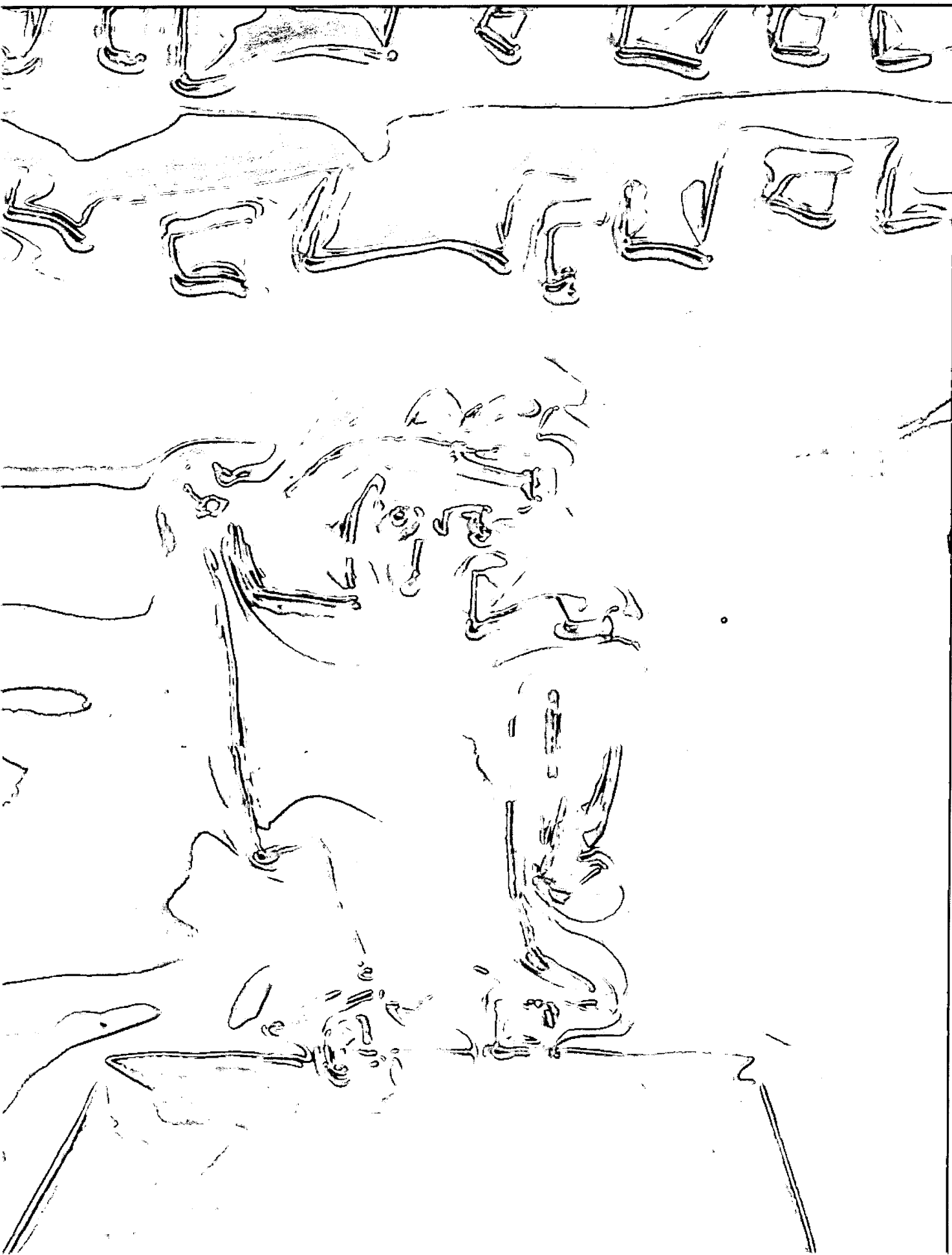
Uno de los debates que asumió la Asamblea Nacional, a fines del año 2002, fue el del Proyecto de Ley Orgánica de Participación Ciudadana, el cual se incluyeron una serie de capítulos referidos a los medios de comunicación. Consideramos oportuno difundir y comentar los artículos específicos de esta temática, y para ello presentamos una selección de los mismos junto con apreciaciones del abogado José Gregorio Delgado Herrera, con experiencia en organizaciones ciudadanas.

■ **José Gregorio Delgado**

La propuesta limita la participación y el derecho de asociación, hasta el extremo de obstaculizar sus distintas expresiones por ser excesivamente reguladora e intervencionista, con claras manifestaciones de inconstitucionalidad y desconocimiento de la realidad específica de la participación en Venezuela, con avances y reconocimientos en el texto constitucional de 1999. Su contenido es una evidencia de lo que no debemos aceptar para el desarrollo de la democracia participativa.

Esta propuesta huérfana, despierta consideraciones particulares de los distintos títulos y su denominación. Se muestra limitativa, al excluir otras formas y medios de participación que son diferentes y más amplios que la invocada participación ciudadana, generalmente referida al ejercicio de diferentes derechos políticos, en concordancia con lo dispuesto en los artículos 39, 62 y 70 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

En los medios de comunicación social, adquiere resonancia nacional, en razón del contenido específico que se determina al proponer un Consejo de Vigilancia de los Medios de Comunicación Social. Improcedente por relacionarse con una figura legal que contradice disposiciones constitucionales expresas, amén de establecer una interpretación errada de los elementos que se desprenden de los artículos 57 y 58 de la Carta Magna.



Galería de Papel. Chamán II. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

Terremoto comunicacional

A la vista de los ecos reflejados en los Medios de Comunicación Social, por la propuesta reciente de la “Ley Orgánica de Participación”, representa un proyecto huérfano, que murió antes de su nacimiento, al considerar los titulares de la prensa escrita:

1. “Según proyecto de la Ley de Participación Consejo de Vigilancia controlará a medios” (Diario *El Universal* del 14-10-02)
2. “CNE coordinará elecciones de la sociedad civil” (Diario *El Universal* del 15-10-02)
3. “Advierte Bloque de Prensa Venezolano: Ley de Participación Ciudadana pretende cercenar la libertad de expresión” (Diario *El Nacional* del 16-10-02)
4. “Bloque de Prensa emitió comunicado: Rechazan Ley de Participación Ciudadana” (Diario *El Universal* del 16-10-02)
5. “Mosca con la Ley de participación” (Diario *El Nacional* del 18-10-02)

Los contenidos en cada una de las notas citadas despiertan nuestro interés en analizar jurídicamente la propuesta, dado el esfuerzo que se ha desarrollado desde Unidos para Legislar, UPALÉ, en la presentación de un proyecto de Ley Orgánica de Participación, cuyo objetivo fundamental es facilitar la legislación de la participación, respetando los principios previstos en la Constitución. (Proyecto presentado ante la Comisión Permanente de Participación Ciudadana, Descentralización y Desarrollo Regional, CPPC-DDR, de la Asamblea Nacional en noviembre de 2001), esta iniciativa es el esfuerzo de un colectivo de articulación y diálogo de personalidades y organizaciones, entre las cuales podemos mencionar a la Escuela de Vecinos de Venezuela, el Grupo social CESAP y la Asociación Nacional de la Sociedad Civil, SINERGIA.

Como ya señalamos, la propuesta que ha sido reseñada en los medios de comunicación social, incorpora elementos participativos contradictorios con la Constitución, entre otros, la libertad de expresión y la libertad de comunicación e información.

CONTENIDO GENERAL

En honor a la verdad, la propuesta en referencia no representa el sentir colectivo de los parlamentarios que integran la

“

Este articulado es violatorio de los derechos constitucionales derivados de los artículos 57 y 58 vinculados a la libertad de expresión y las actividades de los medios de comunicación. La materia en referencia no se corresponde al objeto y el ámbito de una Ley Orgánica de Participación.

”

CPPCDDR, es un papel de trabajo más que constituye una “curiosidad jurídica”, con muchas debilidades internas. Consideramos que debe ser conocido en sus líneas generales, a fin de que cada persona interesada en el tema de la participación ciudadana se forme su criterio en relación con su contenido. Se estructura en 153 artículos divididos en nueve títulos, una disposición adicional, siete disposiciones transitorias y una disposición derogatoria.

Título I Disposiciones Fundamentales, relacionadas con el objeto, ámbito, deberes generales de los poderes públicos y principios rectores de la participación.

Es un articulado excesivamente regulador, con limitaciones y exclusiones de áreas o aspectos constitucionales de la participación, sin llegar a facilitarla, como lo dispone la Constitución.

Los deberes impuestos al Poder Público son parciales e indefinidos al señalar términos como “fomentar”, con relación a la participación establece un conjunto de elementos, que desmejoran el reconocimiento de los principios aplicables a este derecho humano fundamental, en concordancia con los convenios y tratados internacionales en esta materia.

Título VII De la Participación en los Medios de Comunicación Social, se refiere a señalamientos legales relativos a los medios de comunicación social y los medios comunitarios, enfatizan la creación de un consejo de vigilancia y el control por intermedio de las asambleas de ciudadanos para indicar aspectos como definiciones, integración, deberes, competencias, reuniones y recursos.

Este articulado es violatorio de los derechos constitucionales derivados de los artículos 57 y 58 vinculados a la libertad de expresión y las actividades de los medios de comunicación. La materia en referencia no se corresponde al objeto y el ámbito de una Ley Orgánica de Participación, salvo el rol de colaboración que se concreta en la información y la publicidad de los eventos participativos o el apoyo de los medios de comunicación en actividades de educación ciudadana o el desarrollo de los medios de participación.

Reiteramos que esta materia es propia de una Ley especial, que elimine las manifestaciones de inconstitucionalidad, pero, con insistencia en el aspecto instrumental y los medios como recursos para la participación.

La noción de participación en los medios es equivocada en la propuesta presentada y no se corresponde con las expectativas y las inquietudes de la ciudadanía y las organizaciones que respaldan la participación. Aceptar normas como las propuestas se constituye en un atentado contra los principios universales de los derechos humanos y el rol que desempeñan los medios de comunicación en una sociedad democrática.

Título VIII Del Régimen de Sanciones, se relaciona con un articulado que especifica elementos como régimen general y especial, pena accesoria, incumplimiento del principio de igualdad en la propaganda electoral, incumplimiento de los deberes del presidente del Consejo Nacional Electoral, la falta de democracia y las infracciones contra el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación.

El articulado presentado no se corresponde a una Ley Orgánica de Participación, relacionada con el libre ejercicio y las facilidades para un derecho humano fundamental, que no interfiere con el ejercicio de otros derechos y se fundamenta en los principios de la progresividad de los derechos humanos, la legalidad y la colaboración entre los órganos que ejercen el Poder Público.

Dejar este título significa crear resistencias a la aplicación y el cumplimiento de la Ley que se pretende aprobar, el régimen de sanciones se establece a partir de las distintas leyes tomando en cuenta las sanciones previstas en las distintas áreas del Derecho, con énfasis en la materia penal y administrativa, a partir de tipos de conductas que generan sanciones claramente justificadas, elementos ausentes en las normas aportadas o que resultan de difícil comprensión. Las sanciones son propias de las distintas leyes especiales o complementarias de la participación, y no se corresponden con una Ley Orgánica de carácter general, como la que se respalda desde la ciudadanía y las organizaciones sociales que se han interesado en este proyecto legislativo, que se impulsa desde instancias como UPALE.

En razón de las ideas expuestas, queda suficientemente motivado, el por qué jurídicamente rechazamos en su totalidad la propuesta presentada. El rol de los medios de comunicación en la materia participativa debe ser: la promoción y la divulgación de los elementos legales para facilitar la participación ciudadana, sin temor al establecimiento de mecanismos de control sobre sus actividades que sean violatorios de los derechos constitucionales.

PROYECTO DE LEY ORGÁNICA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Título 1 | Disposiciones fundamentales

Objeto de la Ley

Artículo 1. La presente Ley regula el derecho de los ciudadanos y ciudadanas a participar, individual o colectivamente, en el conjunto de instancias, medios y procedimientos establecidos por la Constitución para la consulta, formulación, planificación, ejecución, evaluación y control de las decisiones de los organismos públicos.

Ámbito de la Ley

Artículo 3. La presente Ley se aplicará a los siguientes ámbitos e instancias participativas:

- A la asamblea de ciudadanos como instrumento de decisión y control de la gestión pública a nivel municipal;
- Al cabildo abierto en lo que no esté regulado por la ley reguladora del poder municipal;
- A la iniciativa legislativa popular a nivel nacional y estatal;
- A los referendos;

“

El rol de los medios de comunicación en la materia participativa debe ser: la promoción y la divulgación de los elementos legales para facilitar la participación ciudadana, sin temor al establecimiento de mecanismos de control sobre sus actividades que sean violatorios de los derechos constitucionales.

”

- A la elección de los representantes de la sociedad civil en los Consejos Estadales de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas, en los Consejos Locales de Planificación Pública y en el Consejo Federal de Gobierno;

Los contenidos normativos de la presente Ley no impiden nuevas formas de participación en la vida política, económica, social, cultural, gremial o sindical.

Ámbitos de participación excluidos

Artículo 4. La participación de la sociedad a través de sus representantes en el Poder Judicial, en el Poder Electoral y en el Poder Ciudadano se regulará por sus legislaciones específicas.

La consulta a las organizaciones de la sociedad civil es obligatoria en el proceso legislativo nacional, estatal, y en los procesos de elaboración de normas reglamentarias administrativas de todos los poderes públicos, bajo sanción de nulidad de los actos emanados sin dichas consultas. Éstas, se regularán respectivamente en los reglamentos de funcionamiento de la Asamblea Nacional, de los Consejos Legislativos Estadales, de los Concejos Municipales y en la Ley que regule el Procedimiento Administrativo

Deberes generales de los poderes públicos

Artículo 5. La participación ciudadana es un elemento constitutivo de la democracia venezolana y el desarrollo de sus instituciones un fin primordial de todos los poderes públicos, que deberán asegurar el acceso de todos los ciudadanos a las instituciones participativas en condiciones de igualdad. Por ello estarán obligados:

- A fomentar y financiar la organización y capacitación de los sectores más pobres para su participación en lo político, en lo social y en lo económico
- A fomentar la presencia ciudadana en las instituciones participativas, así como a dotarlas de cuantos recursos sean necesarios para el ejercicio de sus funciones y facilitarlas cuanta información requieran para que puedan ejercer un efectivo control de la gestión pública.
- A fomentar la presencia y la decisión de la ciudadanía en todos los ámbitos de influencia social.
- A defender el derecho de participación de los ciudadanos frente a las intromisiones ilegítimas de los poderes públicos o frente a la inactividad de los mismos para poner en marcha las instituciones participativas. A tal efecto, la participación se considera un interés difuso y tanto los ciudadanos como cualesquiera organizaciones de la sociedad civil se entienden legitimados para solicitar su defensa ante el Tribunal Supremo de Justicia por la vía del amparo constitucional.

En el desarrollo de su actividad, los poderes públicos, deberán respetar la autonomía en la constitución y funcionamiento de las asociaciones de la sociedad civil y los principios establecidos en los artículos 52 y 118 de la Constitución.

Principios rectores de la participación

Artículo 6. La participación ciudadana se regirá por los siguientes principios rectores:

- La participación corresponde a todas las personas por igual, sin discriminación alguna fundada en la raza, color, credo, idioma, sexo, condición social, posición económica, opiniones políticas o de cualquier otra índole.
- La participación requiere de una política del Estado en todas sus instancias y niveles, que garantice una informa-

ción veraz y plural a todos los ciudadanos y facilite el acceso de los mismos a los medios de comunicación para el libre ejercicio de la libertad de expresión.

- Los ciudadanos participarán individualmente o a través de las organizaciones representativas de la sociedad civil y los intereses colectivos.
- Los órganos del poder público deberán colaborar con el fin de facilitar los mecanismos que permitan la efectiva participación política de los ciudadanos;
- La participación es un derecho político irrenunciable.

Título VII | De la participación en los medios de comunicación social

Capítulo primero

Del consejo de vigilancia de los medios de comunicación social

Definición

Artículo 131. Para el control del cumplimiento del acceso de todos los ciudadanos a los medios de comunicación y de la veracidad e imparcialidad de la información establecida en el artículo 58 de la Constitución, se crea el Consejo Nacional de Vigilancia de los Medios de Comunicación Social.

Composición y elección de los miembros

Artículo 132. El Consejo estará integrado por un representante de las organizaciones vecinales de cada Estado de la República.

En su primera reunión anual, cada asamblea de ciudadanos elegirá un candidato a integrar el Consejo. De entre ellos, la asamblea de representantes de las organizaciones vecinales reunida para la elección de los miembros del Consejo Estatal de Coordinación y Planificación de Políticas Públicas elegirá un Consejero.

Será elegido quien obtuviera en la primera votación al menos la mitad más uno de los votos presentes. Si nadie obtuviera dicha mayoría, se elegirá en segunda votación quien obtuviera más votos de los presentes.

Competencias

Artículo 133. Son competencias del Consejo:

- a) Velar porque el acceso de todos los ciudadanos a los medios de comunicación se produzca de manera igual y según lo establecido en el artículo 57 de la Constitución;

“

Artículo 137. La creación de emisoras de radio y televisión comunitarias, así como de medios escritos de información de gestión comunitaria, se considera un fin primordial de la política de participación y contenido del derecho de participación regulado en esta Ley.

”

- b) Velar porque la información respete lo establecido en el artículo 58 de la Constitución;
- c) Conocer de las quejas que presenten los ciudadanos, las organizaciones de la sociedad civil y los partidos políticos contra el funcionamiento de los medios de comunicación, sin perjuicio de la posibilidad de acudir a las vías administrativas y judiciales;
- d) Sancionar las prácticas atentatorias contra lo establecido en los literales a) y b) de este artículo;
- e) Dotarse de su propio reglamento de funcionamiento.

Reuniones

Artículo 134. El Consejo se reunirá en sesión ordinaria una vez al mes, en día no laborable, en la ciudad de Caracas y en el local que al efecto disponga el Ministerio de Comunicaciones. El Consejo podrá reunirse en sesiones extraordinarias siempre que lo solicite una cuarta parte de sus integrantes por tener conocimiento de una violación grave del derecho a la información y al acceso a los medios de comunicación.

Al final de cada reunión ordinaria, los consejeros fijarán la fecha para la próxima reunión.

Deberes para con el Consejo

Artículo 135. Para cada reunión mensual, CONATEL deberá facilitar a los Consejeros el minutaje del tiempo dedicado en todos los programas emitidos en cada una de las cadenas de radio y televisión públicas y privadas a cada uno de los partidos y grupos políticos, y a las distintas posiciones que sobre los temas de interés para la participación adopten las organizaciones de la sociedad civil.

Igualmente, los medios de comunicación escritos, deberán facilitar los artículos de opinión, las entrevistas y las noticias en que se expresaran opiniones de grupos políticos o representantes de la sociedad civil publicados durante el mes anterior.

Boletín del Consejo de Vigilancia

Artículo 136. Mensualmente, el Consejo de Vigilancia de los Medios de Comunicación Social publicará un boletín en donde se publicarán las conclusiones de las reuniones y una evaluación del respeto de los medios de comunicación al contenido de los artículos 57 y 58 de la Constitución, así como de la presencia de las organizaciones de la sociedad civil en los mismos.

Capítulo segundo

De la participación en los medios comunitarios

Definición

Artículo 137. La creación de emisoras de radio y televisión comunitarias, así como de medios escritos de información de gestión comunitaria, se considera un fin primordial de la política de participación y contenido del derecho de participación regulado en esta Ley.

Control por las asambleas de ciudadanos

Artículo 138. Los responsables de la gestión de las emisoras de radio y televisión comunitaria y de los medios escritos podrán ser llamados a comparecer ante las asambleas de ciudadanos del sector en que estén radicadas y deberán responder cuantas preguntas les planteen los ciudadanos.

La censura de la gestión de dichos responsables por parte de la mayoría de las asambleas del sector en que estén radicados implica la destitución de los responsables, y la elección de nuevos conforme a la ley que regule las telecomunicaciones.

Deberes

Artículo 139. Los medios de comunicación comunitarios tienen los siguientes deberes respecto a la participación:

- a) Dar la publicidad ordenada por el Director de la Unidad de Apoyo a la Participación a las convocatorias de asambleas de ciudadanos;
- b) Hacer públicas las decisiones de la asamblea de ciudadanos e informar sobre su desarrollo.
- c) Hacer públicas las decisiones adoptadas en las distintas fases del presupuesto participativo, dar a conocer a los representantes de los ciudadanos en las reuniones sectoriales y las listas de necesidades elaboradas por las asambleas de ciudadanos;
- d) Atender las sugerencias que sobre programación hagan los ciudadanos a través de sus asambleas y colaborar con el Consejo Moral Republicano, los Consejos Locales de Planificación Pública y las Unidades de Apoyo a la Participación en las campañas de conocimiento de la participación y en las campañas institucionales para promoverla;
- e) Servir de órgano de difusión e información de los distintos representantes de las asambleas de ciudadanos en el Consejo estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas.

Título VIII**Del régimen de sanciones****Régimen general**

Artículo 140. El incumplimiento de cualesquiera de los deberes de los establecidos por esta ley para los funcionarios públicos, se considerará incumplimiento de los deberes inherentes al cargo y tendrá la consideración de muy grave para la imposición de sanciones.

Cuando la acción u omisión provenga del Alcalde, Gobernador, Ministros o cualesquiera otros funcionarios de libre designación y remoción, se impondrá una sanción de quinientas (500) unidades tributarias.

Los actos que desconozcan el contenido del derecho a la participación regulado en esta ley se considerarán nulos de pleno derecho.

Infracciones contra el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación

Artículo 146. Se consideran infracciones contra el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación:

“

Artículo 150. El Consejo Nacional de Vigilancia de los Medios de Comunicación está legitimado para ejercitar acciones contra los poderes públicos ante los organismos internacionales para defender el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación y la veracidad e imparcialidad de la información.

”

- a) Que el tiempo y la presencia de personas dedicado por un medio de comunicación a un grupo político o de opinión, bien sea en los noticieros, programas de entrevistas, de debate o de análisis político, sea sensiblemente superior al dedicado al resto de grupos políticos o de opinión;
- b) La ausencia de opinión de un grupo político o de un sector de opinión, bien sea a través de las declaraciones de alguno de sus miembros, bien a través de escritos o comunicados, cuando frente a un hecho noticiable se recabaran las opiniones de otros grupos o sectores de opinión;
- c) La ausencia de opiniones de contraste en programas de debate o de análisis de la situación política;
- d) La ausencia de opiniones contrastantes entre los comentaristas, articulistas y, en general, en los espacios de opinión.

Los medios de comunicación que incurrieran en estas infracciones serán sancionadas por el Consejo de Vigilancia de los Medios de Comunicación Social con multa de mil (1.000) a mil quinientas (1.500) unidades tributarias, dependiendo de la gravedad del hecho a juicio del propio Consejo. Si los medios reiterasen en la infracción, serán sancionados con multa de tres mil (3.000) a cinco mil (50.000)

unidades tributarias según la repetición de la infracción.

Título XIX**de los recursos judiciales****Régimen general**

Artículo 147. Será competente para conocer de los recursos contra los actos o la inactividad de los poderes públicos que imposibiliten u obstaculicen el ejercicio del derecho a la participación, cuyo contenido se regula en esta Ley, los jueces de lo contencioso administrativo territorialmente competentes según el poder público contra el que se actúe.

Se consideran legitimados para interponer recurso los ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil con domicilio en el ámbito territorial en que el proceso participativo debiera llevarse a efecto.

Legitimidad del Consejo de Vigilancia

Artículo 150. El Consejo Nacional de Vigilancia de los Medios de Comunicación está legitimado para ejercitar acciones contra los poderes públicos ante los organismos internacionales para defender el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación y la veracidad e imparcialidad de la información.

Igualmente, podrá ejercer todas las acciones legales previstas por la legislación contra los medios de comunicación que atentasen contra el libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación y contra la veracidad e imparcialidad de la información.

Disposiciones transitorias

Séptima. La primera reunión del Consejo de Vigilancia de los Medios de Comunicación Social será realizada por el Ministerio de Comunicaciones en el plazo de un mes desde la elección de sus integrantes.

■ **José Gregorio Delgado Herrera**
Abogado y Director de la Escuela de Vecinos de Venezuela

¿Reflejan los medios la

Nuevas censuras, sutiles manipulaciones

Ryszard Kapuscinski inicia su disertación planteando una pregunta, ¿en qué medida los medios de comunicación son un espejo fiel del mundo? Para este experimentado periodista polaco, el periodismo de hoy está más preocupado en los avances técnicos que en los aspectos humanos. Asegura que las tecnologías de punta han multiplicado los medios haciendo de la información una mercancía que ha atraído a los grandes capitales y que responde a las leyes del mercado. Sin embargo, concluye advirtiendo que aún quedan en las redacciones periodistas sensibles y de gran talento que consideran que nuestro planeta es un lugar interesante que merece ser salvado

El texto que reproducimos a continuación retoma las ideas esenciales de un discurso pronunciado por Ryszard Kapuscinski en Estocolmo, durante la ceremonia de entrega de los premios de periodismo Stora Journalistpriset, y que ha sido traducido, editado y publicado por la publicación mensual francesa *Le Monde Diplomatique*. Traemos a colación este discurso puesto que recientemente Kapuscinski y el teólogo y filósofo peruano Gustavo Gutiérrez Merino resultaron merecedores del reconocido Premio Príncipe de Asturias, en la mención de Comunicación y Humanidades.

Durante el fallo de este galardón, llevado a cabo en Oviedo, la capital del Principado de Asturias, España, los miembros del jurado definieron a Kapuscinski como un escritor que ha sido “durante medio siglo un modelo de periodista independiente que ha dado cuenta veraz, hasta con riesgo de su vida, de numerosos y trascendentales conflictos de nuestro tiempo en diversos continentes. Escribe de los hechos, indaga sus causas y analiza las repercusiones entre los más humildes, con los que se siente comprometido. Sus reportajes son agudas reflexiones sobre la realidad y ejemplos de ética personal y profesional”. Este reconoci-

■ Ryszard Kapuscinski

realidad del mundo?



Galería de Papel. Nol-Aput. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

miento reviste especial importancia dentro del mundo de la comunicación, puesto que al premiar a un reportero se está de alguna forma reconociendo al ejercicio del periodismo como un área importante dentro de las Humanidades.

EL PERIODISMO SEGÚN KAPUSCINSKI

¿En qué medida los medios de comunicación son un espejo fiel del mundo? Desde que las nuevas tecnologías han convulsionado el periodismo y permitido la constitución de grandes grupos mediáticos con ambiciones planetarias, esta cuestión resulta más pertinente que nunca. La instantaneidad y el directo han cambiado las condiciones del periodismo de investigación. Y el imperativo del beneficio ha reemplazado a las más nobles exigencias cívicas. Pero, en todas partes, resiste otro periodismo, más preocupado por la verdad y el rigor, como se ha constatado en Irán, en Burkina Faso, en Argelia y en otros lugares.

En los debates sobre los media se concede una atención excesiva a los problemas técnicos, a las leyes del mercado, a la competencia, a las innovaciones y a la audiencia. Y una atención insuficiente a los aspectos humanos. No soy un teórico de los media sino un simple periodista, un escritor que, desde hace cuarenta años, se dedica a recoger y tratar la información (y también a consumirla). Me gustaría compartir las conclusiones a las que he llegado al final de esta larga experiencia.

Mi primera observación se refiere a las dimensiones. Afirmar, como se hace a menudo, que "toda la humanidad" está pendiente de lo que hacen o dicen los media es una exageración. Incluso, cuando acontecimientos como la apertura de los Juegos Olímpicos son vistos por dos millones de telespectadores, eso no representa más que un tercio de la población del planeta. Otros mega acontecimientos (Copa del Mundo de Fútbol, matrimonios o funerales de personalidades) son difundidos masivamente en las pantallas, y apenas un 10 o un 20% de humanos los miran. Ciertamente eso representa masas gigantescas pero no "toda la humanidad". Cientos de millones de personas no tienen ningún contacto con los media. En diversas regiones de África, la televisión, la radio e incluso los periódicos, son inexistentes. En Malawi no hay más que un periódico; en Liberia, dos, bastante mediocres por otra parte, pero ninguna televisión.

66

La búsqueda y la difusión de información se han convertido en una ocupación practicada en cada país por miles de personas. Las escuelas de periodismo se han multiplicado formando, año tras año, a principiantes que llegan a la profesión. Esto no tiene ya nada que ver. En otros tiempos, el periodismo era una misión, no una carrera.

99

En numerosos países la televisión no funciona más que dos o tres horas al día. Y en vastas extensiones de Asia -por ejemplo en Siberia, en Kazajstán o en Mongolia- hay algunas redes de televisión pero las personas no disponen de receptores que les permitan captar los programas. En la época de Leonidas Breznev, en los grandes espacios de la Siberia soviética, los programas de las radios occidentales no se interceptaban porque, a falta de receptores, nadie podía escucharlos.

Una gran parte de la humanidad vive todavía fuera de la influencia de los media y no tiene ninguna razón para inquietarse por las manipulaciones mediáticas o la mala influencia de los medios de masas. A menudo, en particular en América Latina y en África, la única función de la televisión es divertir. Se encuentran televisores en los bares, los restaurantes y los hoteles. Las personas tienen la costumbre de ir al bar para tomar una copa y mirar la televisión. Y a nadie se le ocurre la idea de exigir que este media sea serio o que tenga cualquier función informativa o educativa. La mayor parte de los africanos o latinoamericanos no esperan de la televisión una interpretación seria del mundo, lo mismo que no la esperarían de un circo.

La gran revolución de las nuevas tecnologías es un fenómeno reciente. Su pri-

mera consecuencia importante ha sido un cambio radical en el universo del periodismo. Pensemos en la primera cumbre de jefes de Estado de África. Se celebró en 1963, en Addis Abeba (Etiopía). Para cubrirla llegaron periodistas del mundo entero. Cerca de doscientos enviados especiales y corresponsales de grandes periódicos internacionales, de agencias de prensa y de estaciones de radio. Algunos equipos rodaban para documentales informativos pero no había ni un solo equipo de televisión. Nos conocíamos todos; sabíamos lo que hacía cada uno y éramos incluso amigos. Auténticos maestros de la pluma y verdaderos expertos de las grandes cuestiones internacionales estaban presentes. Cuando pienso en ello, y sin ninguna nostalgia de una edad de oro que nunca existió, me parece que fue la última gran reunión de reporteros del mundo, el final de una época heroica en la que el periodismo estaba considerado como una profesión reservada a los mejores, una vocación elevada, noble, a la que el interesado se consagraba plenamente, de por vida.

Después ha cambiado todo. La búsqueda y la difusión de información se han convertido en una ocupación practicada en cada país por miles de personas. Las escuelas de periodismo se han multiplicado formando, año tras año, a principiantes que llegan a la profesión. Esto no tiene ya nada que ver. En otros tiempos, el periodismo era una misión, no una carrera. Hoy, son muchos los individuos que practican el periodismo sin identificarse con esta profesión, o sin haber decidido dedicarle plenamente su vida y lo mejor de ellos mismos. Es, para algunos, una especie de hobby, que pueden abandonar en cualquier momento para hacer otra cosa. Numerosos periodistas actuales podrían trabajar mañana en una agencia de publicidad y convertirse, pasado mañana, en agentes de cambio.

Las tecnologías de punta han provocado una multiplicación de los media. ¿Cuáles son las consecuencias? La principal es el descubrimiento de que la información es una mercancía cuya venta y difusión pueden proporcionar importantes beneficios. Antaño, el valor de la información iba asociado a diversos parámetros, en particular al de la verdad. También se concebía como un arma que favorecía la lucha política. Todavía está fresco el recuerdo de los estudiantes que, en la época del comunismo, quemaban en la calle ejemplares de los periódicos del partido al grito de "la prensa miente". Hoy

todo ha cambiado. El precio de la información depende de la demanda, del interés que suscita. Lo que prima es la venta. Una información será juzgada sin valor si no consigue interesar a un público amplio.

El descubrimiento del aspecto mercantil de la información ha motivado la afluencia del gran capital hacia los media. Los periodistas idealistas, esos dulces soñadores en búsqueda de la verdad que antes dirigían los periódicos, han sido reemplazados, a menudo, a la cabeza de las empresas, por hombres de negocios.

Todos los que visitan las redacciones de los soportes más diversos, pueden constatar estos cambios. Antes, los media estaban instalados en inmuebles de segunda categoría y disponían de oficinas estrechas, oscuras y mal amuebladas, donde hormigueaban periodistas andrajosos y sin dinero, rodeados de montañas de papeles en desorden, de periódicos y de libros. Hoy, basta visitar los locales de una gran cadena de televisión: Los inmuebles son palacios suntuosos, todos de mármol y espejos. Al visitante le guían maniqués-azafatas a través de largos pasillos enmoquetados. Estos palacios son ahora las sedes de un poder del que antes solo disponían los presidentes de los Estados o los jefes de gobierno. Este poder se encuentra ahora en manos de los patronos de los nuevos grupos mediáticos.

ES EL MERCADO QUIEN VERIFICA

Desde que está considerada como una mercancía, la información ha dejado de verse sometida a los criterios tradicionales de la verificación, la autenticidad o el error. Ahora se rige por las leyes del mercado. Esta evolución es la más significativa entre todas las que han afectado al terreno de la cultura. Consecuencia: se ha sustituido a los antiguos héroes del periodismo por un número imponente de trabajadores de los media, prácticamente todos hundidos en el anonimato. La terminología utilizada en Estados Unidos es reveladora de este fenómeno: el *media worker* suplanta, frecuentemente, al periodista.

El mundo de los media ha explotado, de tal manera, que comienza a vivir por sí mismo, como una entidad autosuficiente. La guerra interna entre los grupos mediáticos es una realidad más intensa que la del mundo que les rodea. Importantes equipos de enviados especiales recorren el mundo. Forman una gran jauría, en el seno de la cual cada reportero vigila al

“

La ignorancia de los enviados especiales sobre los acontecimientos que están encargados de describir es, a veces, sorprendente. Cuando las huelgas de Gdansk (1981), que dieron nacimiento al sindicato *Solidarnosc*, la mitad de los periodistas extranjeros llegados a Polonia a cubrir el acontecimiento no podían situarla en un mapa.

”

otro. Hay que tener la información antes que el vecino. El *scoop* o la muerte. Por eso, aunque varios acontecimientos se producen simultáneamente en el mundo, los media sólo cubrirán uno: el que haya atraído a toda la jauría.

En más de una ocasión he formado parte de esa jauría. Además la he descrito en mi libro *D'une guerre a l'autre*¹ y sé cómo funciona. La crisis provocada en 1979 por la captura de rehenes norteamericanos en Teherán es un ejemplo. Aunque, en la práctica, no pasaba nada en la capital de Irán, miles de enviados especiales llegados del mundo entero permanecieron durante meses en la ciudad. La misma jauría se desplazó, años más tarde, al Golfo, durante la guerra de 1991, a pesar de que no se podía hacer nada porque los norteamericanos prohibían a cualquiera acercarse al frente. En el mismo momento, se producían acontecimientos atroces en Mozambique y Sudán; pero eso no emocionó a nadie porque la jauría se encontraba en el Golfo. En diciembre de 1991, durante el golpe de Estado, Rusia tuvo derecho a las mismas atenciones. Mientras que los hechos realmente importantes, las huelgas y las manifestaciones, tenían lugar en Leningrado, el mundo lo ignoraba porque los enviados de todos los media no se movían de la capital, esperando que ocurriera algo en Moscú,

donde reinaba una calma absoluta.

Las nuevas tecnologías, sobre todo el teléfono móvil y el correo electrónico, han transformado radicalmente las relaciones entre los reporteros y sus jefes. Antes, el envío de un periódico, el corresponsal de una agencia de prensa o de una cadena de televisión, disponía de una gran libertad y podía dar libre curso a su iniciativa personal. Buscaba la información, la descubría, la verificaba, la seleccionaba y le daba forma. Actualmente, y cada vez más a menudo, no es más que un simple peón que su jefe desplaza a través del mundo desde sus oficinas, que pueden encontrarse en la otra punta del planeta. Por su parte, este jefe tiene al alcance de su mano informaciones procedentes de multitud de fuentes (cadenas de informaciones en continuo, despachos de agencias, Internet) y puede, de esta manera, tener su propia visión de los hechos, eventualmente muy distinta de la del reportero que cubre el acontecimiento en el lugar de los hechos.

A veces, el jefe no puede esperar pacientemente a que el reportero termine su trabajo. Y es él quien informa al reportero del desarrollo de los acontecimientos y lo único que espera de su enviado especial es la confirmación de la idea que se ha hecho sobre el asunto. Muchos reporteros, hoy, tienen miedo a buscar la verdad por sí mismos.

En México, uno de mis amigos trabajaba para las cadenas de televisión norteamericanas. Me lo encontré en la calle; estaba a punto de filmar los enfrentamientos entre los estudiantes y la policía. “¿Qué ocurre, John?”, le pregunté. “No tengo la menor idea, me respondió sin dejar de filmar. No hago más que grabar, me contento con tomar las imágenes; después, las envío a la cadena que hace lo que quiere con este material”.

La ignorancia de los enviados especiales sobre los acontecimientos que están encargados de describir es, a veces, sorprendente. Cuando las huelgas de Gdansk, en agosto de 1981, que dieron nacimiento al sindicato *Solidarnosc*, la mitad de los periodistas extranjeros llegados a Polonia a cubrir el acontecimiento no podían situar Gdansk (el antiguo Dantzig) en un mapa. Aún sabían menos sobre Ruanda cuando las masacres de 1994: la mayor parte de ellos pisaban por primera vez el continente africano y habían desembarcado directamente en el aeropuerto de Kigali, en aviones fletados por la ONU, sabiendo apenas dónde se encontraban. Casi todos ignoraban las causas y

las razones del conflicto. Pero el defecto no es culpa de los reporteros. Ellos son las primeras víctimas de la arrogancia de sus patronos, de los grupos mediáticos y de las grandes redes de televisión. “¿Qué más me pueden exigir?, me decía recientemente el cámara del equipo de una gran cadena de televisión norteamericana. “En una semana he tenido que filmar en cinco países de tres continentes distintos”.

LA HISTORIA «TELEFALSIFICADA»

Esta metamorfosis de los media plantea una cuestión fundamental: ¿Cómo entender el mundo? Hasta ahora se aprendía la historia gracias al saber que nos legaban nuestros ancestros, a lo que contenían los archivos y a lo que descubrían los historiadores. Hoy, la pequeña pantalla es la nueva (y prácticamente la única) fuente de la historia, destilando la versión concebida y desarrollada por la televisión. Mientras que el acceso a los documentos sigue siendo difícil, la versión que difunde la televisión, incompetente e ignorante, se impone sin que podamos cuestionarla. El ejemplo más esclarecedor de este fenómeno es, quizá, Ruanda, país que conozco bien. Cientos de millones de personas en el mundo han visto las imágenes de las víctimas de las matanzas étnicas con comentarios, en su mayor parte, completamente erróneos. ¿Cuántos telespectadores han completado esta visión recurriendo a obras fiables sobre Ruanda? El peligro es que se consumen mucho más fácilmente los media que los libros.

La civilización se vuelve cada vez más dependiente de la versión de la historia imaginada por la televisión. Una versión a menudo falsa y sin fundamento. El telespectador de masas, al filo del tiempo, no conocerá más que la historia “telefalsificada”, y sólo un pequeño número de personas tendrán conciencia de que existe otra versión más auténtica de la historia.

Rudolph Arnheim, gran teórico de la cultura, ya predijo, en los años 30, en su libro *Film as Art*², que el ser humano confundiría el mundo percibido por sus sensaciones y el mundo interpretado por el pensamiento, y creería que ver es comprender. Pero eso es falso. La televisión, escribió Arnheim, “será un examen más riguroso para nuestro conocimiento. Podrá enriquecer nuestros espíritus, lo mismo que podrá volverlos letárgicos”. Tenía razón.

La confusión, en general inconsciente, entre ver y saber, y ver y comprender,

“

**Volvamos al punto de partida:
¿Los media reflejan el mundo?
Digamos que de manera
muy superficial y fragmentaria.
Se concentran en las visitas
presidenciales o los atentados
terroristas; e incluso esos temas
parecen interesarles menos.**

”

la utiliza la televisión para manipular a las personas. En una dictadura se sirve de la censura; en una democracia de la manipulación. El blanco de estas agresiones es siempre el mismo: el ciudadano de a pie. Cuando los media hablan de ellos mismos, enmascaran el problema de fondo con la forma, sustituyen con la técnica, la filosofía. Se preguntan cómo editar, cómo montar o cómo imprimir. Discuten problemas de montaje, de bases de datos o de la capacidad de los discos duros. En cambio, no cuestionan el contenido de lo que quieren editar o imprimir. El problema del mensajero es reemplazado por el del mensaje. Desgraciadamente, como lamentaba Marshall McLuhan, el mensajero tiene tendencia a convertirse en el contenido del mensaje.

Tomemos el ejemplo de la pobreza en el mundo que es, sin duda, el problema más grave de este fin de siglo. ¿Cómo lo tratan las grandes redes de televisión? La primera manipulación consiste en presentar la pobreza como sinónimo del drama del hambre. Pero los dos tercios de la humanidad viven en la miseria a causa de un reparto no equitativo de las riquezas en el mundo. La hambruna, en cambio, aparece en ciertos momentos y en regiones muy precisas, pero es generalmente un drama de dimensión local. Además, sus causas se deben, la mayoría de las ocasiones al clima, a cataclismos como la sequía o las inundaciones; y a veces también a las guerras. Hay que añadir que los mecanismos de lucha contra el hambre, en tanto que plaga imprevista y puntual, son relativa-

mente eficaces. Para combatirla, se utilizan los excedentes alimentarios de que disponen los países ricos y se les envía masivamente allí donde la necesidad se deja sentir. Estas operaciones de lucha contra el hambre, como en Sudán o en Somalia, son las que se nos han enseñado en las pantallas de televisión. En cambio, no se ha pronunciado ni una palabra sobre la necesidad de erradicar la miseria mundial.

La segunda estratagema utilizada por los manipuladores de la miseria es su presentación en emisiones de carácter geográfico, etnográfico y turístico, que descubren regiones exóticas del planeta. De esta manera, la miseria es asimilada al exotismo, y la televisión difunde el mensaje de que los lugares predilectos de la miseria son las regiones exóticas. Vista desde este ángulo, la miseria aparece como un fenómeno curioso, una atracción casi turística. Tales imágenes abundan, particularmente, en cadenas temáticas como *Travel*, *Discovery*, etc.

La última artimaña de estas manipulaciones consiste en presentar la miseria como un dato estadístico, un banal parámetro del mundo real. Esta manera de ver la miseria la condena a perpetuidad; el ser humano no puede así sentirla más que como una amenaza para la civilización dado que necesita aprender a vivir con ella.

Volvamos al punto de partida: ¿Los media reflejan el mundo? Digamos que de manera muy superficial y fragmentaria. Se concentran en las visitas presidenciales o los atentados terroristas; e incluso esos temas parecen interesarles menos. Durante estos cuatro últimos años, la audiencia de los telediarios de las tres principales cadenas norteamericanas ha bajado del 60% al 38% el total de telespectadores. El 72% de los temas son de carácter local y se refieren a la violencia, drogas, agresiones y delitos. Solo el 5% de su tiempo está dedicado a las noticias del extranjero; e incluso numerosas ediciones ignoran este apartado. En 1987, la edición norteamericana del semanario *Time* dedicó once portadas a temas internacionales; diez años más tarde, en 1997, solamente una. La selección de las informaciones se basa en el principio “cuanta más sangre haya mejor se vende”³.

LOS «ANTICUERPOS NECESARIOS»

Vivimos en un mundo paradójico. Por una parte se nos dice que el desarrollo de los medios de comunicación ha conseguido

unir a todas las partes del planeta entre sí, para formar una "aldea global"; y, por otra, la temática internacional ocupa cada vez menos espacio en los media, ocultada por la información local, por los titulares sensacionalistas, por los cotilleos, los personajillos y toda la información-mercancía.

Pero, seamos justos, la revolución de los media está en plena carrera. Se trata de un fenómeno reciente en la civilización humana; demasiado reciente para que ya haya podido producir los anticuerpos necesarios para combatir las patologías que genera: la manipulación, la corrupción, la arrogancia, la veneración de la pornografía. La literatura sobre los media es, a veces muy crítica, a menudo incluso implacable. Más pronto o más tarde, esta crítica influirá, al menos en parte, en el contenido de los media.

Además, hay que reconocer que muchas personas se sientan delante del televisor porque esperan ver exactamente lo que la televisión les ofrece. En los años 30, el filósofo español Ortega y Gasset escribía en su libro *La rebelión de las ma-*

sas, que la sociedad es una colectividad de personas satisfechas de ellas mismas, de sus gustos y sus opciones. Finalmente, el mundo de los media es diverso. Es una realidad de varios pisos. Junto a los "media basura" hay otros formidables: existen algunos prodigiosos programas de televisión, excelentes emisiones de radio y destacables periódicos. Para quien desee realmente una información honesta, de reflexión en profundidad y basada en sólidos conocimientos, no faltan los media de calidad. A veces es difícil disponer del tiempo necesario para asimilar la oferta existente. Los media son frecuentemente vilipendiados para justificar el olvido en el que han caído nuestras propias conciencias, y nuestra pasividad.

Y nadie ignora que, en la redacción de los periódicos, en los estudios de radio y televisión, hay periodistas sensibles y de gran talento, personas que tienen la estima de sus contemporáneos, que consideran que nuestro planeta es un lugar apasionante, que vale la pena que sea conocido, comprendido y salvado. La mayor

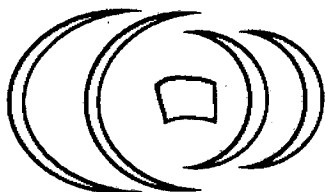
parte del tiempo, esos periodistas trabajan dando muestras de abnegación y de dedicación, con entusiasmo y espíritu de sacrificio, renunciando a las facilidades, al bienestar, hasta llegar a ignorar su seguridad personal. Con el único objetivo de dar testimonio del mundo que nos rodea. Y de la multitud de peligros y esperanzas que entraña.

□ **Ryszard Kapuscinski**
Periodista y escritor polaco.
Premio Príncipe de Asturias
de Comunicación y Humanidades
2003

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Flammarion, Paris, 1998.
- 2 Léase de Rudolph Arnheim, *La Pensée visuelle*, Flammarion, Paris, 1976.
- 3 Léase a Serge Halimi, "Un journalisme de racolage", *Le Monde diplomatique*, agosto de 1998.

Fundación
Centro Gumilla



Esquina de La Luneta, Edif. Centro Valores,
P.B. Apartado 4838. Telfs.: 564.9803
564.5871. Fax: 564.7557. Caracas 1010-A.
Venezuela.

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN REVISTA SIC

VENEZUELA

Correo ordinario	Bs. 29.000
Suscripción de apoyo	Bs. 58.000
Número suelto	Bs. 2.900

EXTRANJERO

Correo ordinario	US\$ 55
Correo aéreo América	US\$ 60
Otros países	US\$ 65

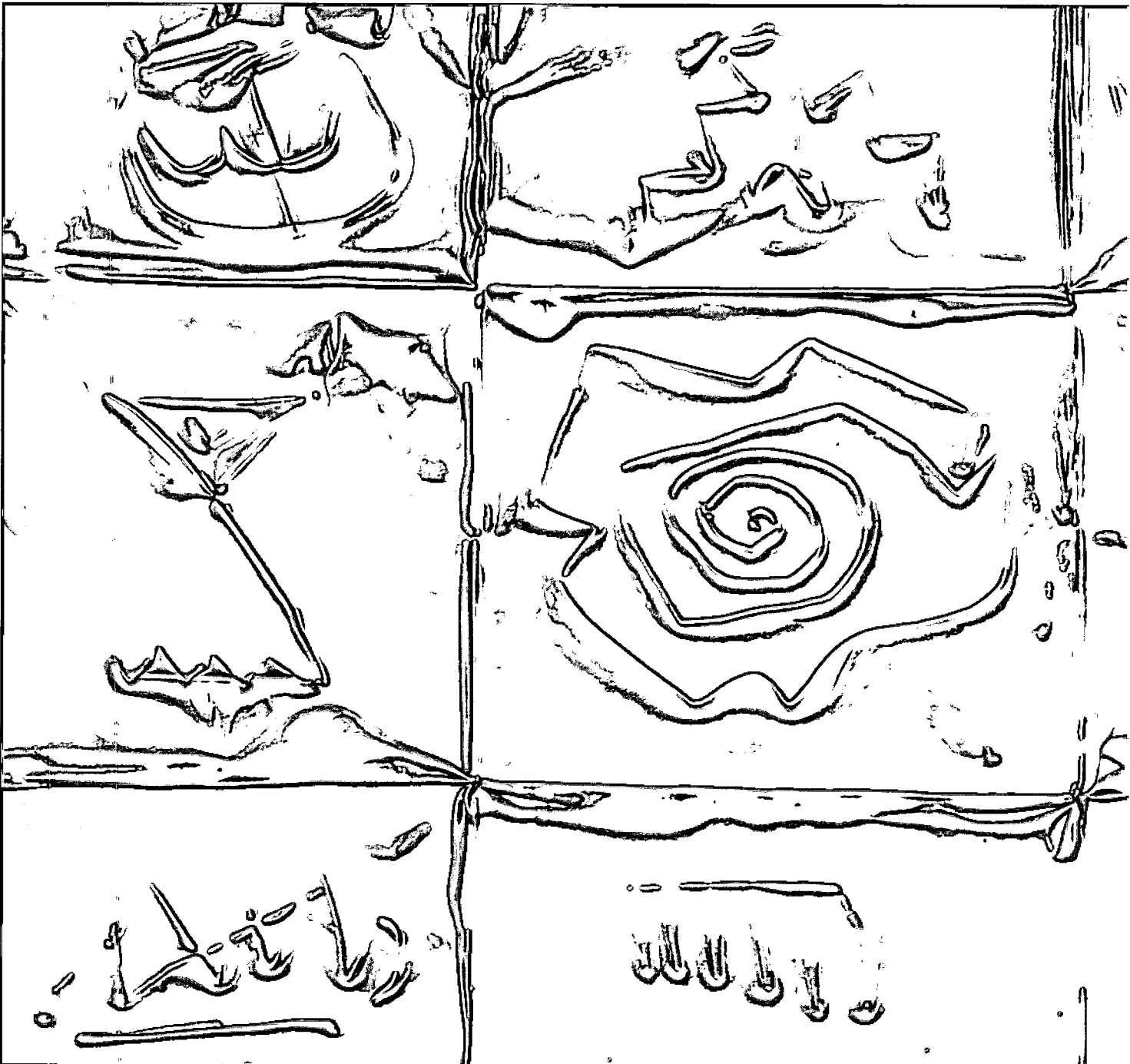
Buzones correo electrónico

REDACCION SIC / sic@gumilla.org.ve
REDACCION COMUNICACION / comunicacion@gumilla.org.ve
UNIDAD DOCUMENTACION / documentacion@gumilla.org.ve
ADMINISTRACION / administracion@gumilla.org.ve



¿Cerrado

CINE LATINOAMER



Galería de Papel. Ayllu I. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

por reformas?

ICANO HOY



Alberto Elena parte de las reflexiones del crítico cubano Juan Antonio García Borrero, para preguntarse si el ímpetu que vivió el cine latinoamericano hace unos 25 años no se estará difuminando en el tiempo actual en medio de producciones avocadas a poéticas particulares, que abandonan la reflexión y persiguen el financiamiento. Luego de recorrer minuciosamente las cinematografías mexicana, brasileña y argentina de las últimas temporadas, concluye el autor advirtiendo que es probable que el cine latinoamericano haya iniciado el siglo XXI con ciertas reformas, lo que no significa que ha clausurado su búsqueda

□ Alberto Elena

En un reciente y muy polémico artículo el crítico cubano Juan Antonio García Borrero denunciaba la "utopía confiscada" del gran cine cubano de antaño, no sin insinuar repetidamente que tal podría haber sido también la suerte común de cuanto cómodamente se englobara bajo la etiqueta de Nuevo Cine Latinoamericano hace ya la friolera de un cuarto de siglo¹. Frente al utópico vigor de aquellos clásicos, el pálido cine cubano (latinoamericano) contemporáneo se caracterizaría por una "estéril auto-complacencia" regida por el acomodaticio tránsito a las poéticas particulares y las "muy inconexas y encontradas pretensiones individuales" abandonando la auto-exigente reflexión para sencillamente entregarse a la enfermiza obsesión por el dinero y la financiación de las películas. Dejando al margen la irritación de buena parte de los cineastas cubanos del momento -condenados a una práctica inactividad (aunque probablemente no tanto a la falta de reflexión)- ante semejante tesis, la posición de García Borrero no sólo traduce una extendida añoranza por esa *edad de oro* en que el cine latinoamericano se erigiera en un movimiento de profunda renovación estética y notable alcance continental, sino que parece condenar a todas las prácticas fílmicas actuales al papel de oscuro paréntesis en el marco de una larga espera por la restauración de aquella utopía. ¿Estaría, pues, el cine latinoamericano "cerrado por reformas", por decirlo con el clarividente título de la famosa película de Orlando Rojas, cuya realización prohibirían sistemáticamente

las autoridades cubanas a lo largo de los años noventa?

En algo, sin embargo, resulta fácil estar de acuerdo con García Borrero: el dinero es un problema. El boom que a comienzos de los noventa marcaran algunos títulos de interés desigual, pero notable popularidad -*Como agua para chocolate* (Alonso Arau, 1991), *Un lugar en el mundo* (Adolfo Aristarain, 1991), *Fresa y chocolate* (Tomás Gutiérrez Alea, 1993), o incluso *La estrategia del caracol* (Sergio Cabrera, 1993) y *El callejón de los milagros* (Jorge Fons, 1994)- hizo augurar de forma optimista un nuevo renacimiento del cine latinoamericano y una creciente presencia del mismo en los circuitos internacionales. Las pretensiones no se revelaron suficientemente fundadas, pero justo es convenir que una nueva etapa se abrió sin duda para el mismo. Industrias esclerotizadas, cuando no frágiles o virtualmente inexistentes, gravemente afectadas en todo caso por la renovada concurrencia de Hollywood y de una televisión convertida en el mayor fabricante de imágenes del continente (por más que se trate básicamente de telenovelas y culebrones), habrán de abrazar de buen grado o no tanto- las distintas ayudas que para el fomento a la producción han venido implementando en los últimos años distintos países de la región, entregándose en cuerpo y alma a los azares de la -pese a todo- codiciada fórmula de la coproducción. El caso del cine brasileño, destruido literalmente a comienzos de los noventa por las políticas económicas del presidente Collor de Mello y sólo renacido de la mano de una inteligente Ley del Audiovisual, constituye un caso paradigmático del decisivo papel jugado por las medidas estatales del fomento a la producción en América Latina. En el polo opuesto, cinematografías como la cubana parecen hoy día inviables sin el concurso mirífico de la financiación internacional. Sin duda el dinero es un problema.

RELEVO GENERACIONAL

Queda ciertamente una tercera vía, cuyos detalles luego exploraremos, y que parece reflotar con creciente fuerza e intensidad en las siempre agitadas aguas del cine latinoamericano. Antes incluso de esta era del video digital que se abre ante nosotros, numerosos cineastas de América Latina venían apostando ya en los últimos años por una suerte de *arte povera* que Bolivia (2001), la excelente película de

“

El mejor cine latinoamericano de los últimos años exhibe una escritura fluida y moderna, habla preferentemente de jóvenes y adolescentes, reivindica la individualidad frente a otras posibles opciones (cine político, indagación histórica), acaso bien transitada hace tan sólo algunos años por los maestros de generaciones anteriores.

”

Adrián Caetano, podría representar a la perfección. Pero no es éste, desde luego, el modelo hegemónico entre los jóvenes cineastas latinoamericanos del momento. Antes bien, el “sueño de Hollywood” atraerá al norte de Río Grande -siguiendo la estela de Luis Puenzo o Héctor Babenco- a prometedores talentos como Guillermo del Toro o Alfonso Cuarón, cuyo ejemplo a su vez muchos otros querrían imitar fuera de toda duda -y ello no sólo en México. Los gustos y preferencias de los jóvenes realizadores latinoamericanos experimentarán en todo caso una profunda redefinición, no sólo reproduciendo numéricamente en algunos casos tales modelos foráneos -véase, por ejemplo, la rancia propuesta de *La fuga* (2001), del no tan joven Eduardo Mignogna, coronada sin embargo por un flamante Goya, sino sobre todo re-inventando tradiciones propias y ajenas desde una óptica contemporánea. Como no podía ser de otra forma, el mejor cine latinoamericano de los últimos años exhibe una escritura fluida y moderna, habla preferentemente de jóvenes y adolescentes, reivindica la individualidad frente a otras posibles opciones (cine político, indagación histórica), acaso bien transitada hace tan sólo algunos años por los maestros de generaciones anteriores.

Una somera panorámica de la producción de las principales cinematografías latinoamericanas en los últimos tres o cuatro años bastará para evidenciar -y clarificar- algunas de las tendencias mencionadas, pero antes conviene insistir una vez más en este aspecto del relevo generacional. Aunque el veterano Ripstein ha marcado por derecho propio -y como ningún otro- la faz del cine latinoamericano de los noventa, el suyo es sin duda un caso excepcional. Algunos de los grandes cineastas del Nuevo Cine Latinoamericano han logrado volver a ponerse detrás de las cámaras en estos años (Carlos Diegues con *Orfeu*, 1999; Ruy Guerra con *Estorvo*, 2000; Miguel Littín con *Tierra del Fuego*, 2000; Humberto Solás con *Miel para Oshún*, 2001), pero ninguno de sus trabajos ha marcado precisamente un hito. Cineastas más jóvenes, pero igualmente consagrados, como Francisco Lombardi (*Pantaleón y las visitadoras*, 1999; *Tinta roja*, 2000), Alejandro Agresti (*Una noche con Sabrina Love*, 2000), María Novaro (*Sin dejar huella*, 2000), Nicolás Echeverría (*Vivir mata*, 2001) y aún el exitoso Walter Selles (*Abril despedaçado*, 2001) -todos los cuales pueden más que razonablemente seguir siendo depositarios de una firme confianza- han ofrecido últimamente obras menores y de escaso impacto. Hay, por supuesto, excepciones notables y particularmente meritorias: pensemos, por ejemplo, en *Coronación* (2000) del chileno Silvio Caiozzi, obra en todos los sentidos contra corriente y además insólitamente alejada tanto de la financiación estatal como de la fórmula de la coproducción, o en *El caso Pinochet* (2001), de su compatriota Patricio Guzmán, incombustible valedor de un cine riguroso y comprometido desde hace ya tres largas décadas. Pero, valga la generalización (abusiva, si se quiere), el cine latinoamericano del cambio de siglo es sin duda un cine de jóvenes.

CINEMATOGRAFÍAS PUNTERAS

Un recuerdo exhaustivo resultaría tan prolijo como impropio, razón por la cual será prudente concentrarse en la producción de los tres países que razonablemente pueden considerarse punteros en la actualidad: Argentina, Brasil y México. Quedarán fuera obras de evidente interés, como la uruguaya *25 Watts* (Juan Pablo Rebella y Pablo Stoll, 2000) o las cubanas *Nada* (Juan Carlos Cremata, 2001) y *Video de familia* (Humberto Padrón,

2001), un sorprendente y estimulante mediometraje que sin duda dará todavía que hablar, pero las exigencias del espacio no perdonan. Comenzando, pues, por México, el panorama aparece implacablemente dominado por Arturo Ripstein -a quien desde luego no procede presentar aquí-, pero también -de manera cada vez más evidente- por la resaca de *Amores perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000), bien apreciable en obras como *Ciudades oscuras* (2002), la más reciente película de Fernando Sariñana.

Si bien los grandes éxitos de la temporada anterior a *Amores perros* -*La ley de Herodes* (Luis Estrada, 1999) y *Sexo, pudor y lágrimas* (Antonio Serrano, 1999)- apuntaban por otros derroteros, el público joven y aún adolescente se configura claramente como destinatario de obras como *Y tu mamá también* (Alfonso Cuarón, 2001) o articula discursos tan personales como el de Marisa Sistach en *Perfume de violetas* (2000), o el de Marcela Fernández Violante en *De piel de serpiente* (2001). La más notable revelación de esta temporada, *Gabriel Orozco: un proyecto filmico documental* (Juan Carlos, 2002), apasionante retrato de un joven artista mexicano, se desdobra por los demás de manera explícita en una mirada sobre el México no oficial, el México moderno que pugna por zafarse de las lastres y herencias más bien indeseadas. Y aún masacrado por su productor, Alfredo Ripstein, *Otilia Rauda* (Dana Rotberg, 2001) -otro de los títulos importantes de la pasada temporada- conserva un corrosivo discurso crítico bajo la aparente inocuidad de una adaptación literaria más o menos lograda: sólo la versión originalmente montada por la realizadora podría permitir un juicio concluyente. Al margen de todo esto (en un sentido absolutamente literal, pues se trata de un film independiente y alternativo, rodado en vídeo digital), *Exorcismo* (2002) nos devuelve a un Jaime Humberto Hermosillo arriesgado y provocador, recuperando su mejor vena experimental en un film de explícita (homo) sexualidad, cuyo deslumbrante arranque se cuenta entre lo más brillante del cine de su autor para luego ceder a vanas tentaciones discursivas, cuando no innecesariamente redundancias. Con todo, *Exorcismo* quedará sin duda como uno de los film mexicanos más valientes y ambiciosos de los últimos años.

Volviendo la mirada a Brasil, lo primero que llama naturalmente la atención es la buena salud de que goza una cinematografía que alcanzó mínimos hace tan sólo

66

Por más que los brasileños discrepen -y buenos argumentos a favor de su producción actual no les faltan- Argentina parece liderar en estos momentos la particular renovación del cine latinoamericano gracias a los trabajos de una generación de cineastas muy jóvenes, surgidos en las escuelas y universidades.

99

una década (reduciéndose virtualmente a cero la producción anual de largometrajes) y que distintas medidas de fomento a la producción han logrado reanimar de forma inteligente. No cabe duda de que el éxito de *Central do Brasil / Estación Central de Brasil* (Walter Salles, Jr., 1997) ayudó poderosamente a re-situar al cine brasileño en los circuitos internacionales y hasta en su propio mercado, pero un aluvión de obras más que estimables ha venido desde entonces a sedimentar una renovada corriente de creación. Por no atender sino a títulos muy recientes, todos ellos plenamente representativos de las nuevas orientaciones del cine brasileño (y dejando en este caso al margen la importante y muy fecunda tradición documentalista del país), cabría mencionar incisas comedias como *Eu, tu, eles* (Andrucha Waddington, 2000) o *Domésticas* (Fernando Meirelles y Nando Olival, 2001), la delirante *Crónicamente inviable* (Sergio Bianchi, 2000), una especie de hilarante film-ensayo sobre el Brasil contemporáneo que sin duda hubiera merecido una mayor repercusión internacional; concienzudas y polémicas revisiones históricas como la acometida por Lúcia Murat en *Brava gente brasileira* (2000), o aporta-

ciones tan exquisitas como la oliveiriana *Uma ida em sagredo* (2001), nueva película de Suzana Amaral tras más de un lustro de forzada inactividad.

El panorama de la más reciente producción brasileña está, sin embargo, presidido por la impresionante *Lavoura arcaica* (Luis Fernando Carvalho, 2001), adaptación de una conocida novela de Radúan Nassar por parte de un reputado director de telenovelas de la Globo, que parece adoptar aquí -con notable fortuna- una personalidad creadora antitética. Intenso drama familiar de fuertes connotaciones bíblicas en el seno de una familia de emigrantes de origen libanés, en el Brasil de finales del siglo XIX. *Lavoura arcaica* es sin duda una obra exuberante y poderosa, acaso desequilibrada y excesiva por momentos, pero que se ha convertido ya en un referente inexcusable del cine brasileño contemporáneo. Exhibida ya en Montreal, Biarritz, Róterdam, La Habana, Guadalajara o Cartagena de Indias. *Lavoura arcaica* ha sido finalmente programada en España por la Muestra de Cine Latinoamericano de Lérida y el Festival de Málaga.

Por más que los brasileños discrepen -y buenos argumentos a favor de su producción actual no les faltan- Argentina parece liderar en estos momentos la particular renovación del cine latinoamericano gracias a los trabajos de una generación de cineastas muy jóvenes, surgidos en las escuelas y universidades, cuando no menos autodidactas, pero desde luego ajenos por lo general a una gran industria audiovisual del país. No hay que olvidar, desde luego, contribuciones desde la producción *mainstream* como la de Juan José Campanella con su estupenda *El hijo de la novia* (2001), o logrados títulos surgidos de evidentes aspiraciones comerciales como *Nueve reinas* (Fabián Bielinsky, 2001), pero la novedad ciertamente hay que buscarla en otra parte. Son películas de modesta factura, exiguo presupuesto y talento desbordante como *Silvia Prieto* (Martín Rejtman, 1999) *Mundo grúa* (Pablo Trapero, 1999) *Garaje Olimpo* (Marco Bechis, 1999) *Bolivia* (Adrián Caetano, 2001) *La libertad* (Lisandro Alonso, 2001), *Sábado* (Juan Villegas, 2001), *Vagón fumador* (Verónica Chn, 2001), etc., las que -más allá de sus diferencias- verdaderamente confieren unas señas de identidad propias al cine argentino del momento, y definen incluso una actitud ética y estética frente a la práctica fílmica. Tan pronto rodadas en vídeo digital como durante los fines de semana gracias

De cara al futuro

“¿Habrà cine latinoamericano para el año 2000?”, se preguntaba hace ya casi diez años en un famoso y muy citado artículo el sociólogo Néstor García Canclini. Hoy ya sabemos que sí, pero tal certeza no invalida ni mucho menos algunas de sus intuiciones. En particular, García Canclini apuntaba la creciente privatización del consumo audiovisual frente a las tradicionales formas de espectáculo que suponen en cambio ciertos usos colectivos del espacio urbano. El continuo cierre de salas cinematográficas se vería así “compensado” con el crecimiento vertiginoso del número de televisores y aparatos de video domésticos, alterando profundamente tanto los hábitos de consumo como la estructura y financiación de la oferta audiovisual. Pero, lejos de representar una mayor diversificación o un potencial enriquecimiento de la misma, estas nuevas vías de consumo de imágenes no hacen sino reforzar (en las programaciones televisivas o los catálogos videográficos) la completa hegemonía de Hollywood. Se consumen más imágenes, sí, ahora también en la privacidad del hogar, pero no está nada claro que ello redunde en beneficio del propio cine latinoamericano.

La profunda crisis de las más sólidas industrias cinematográficas de América Latina -o la incapacidad endémica para constituirse como tales-, con la invariable y fortísima dependencia de la financiación exterior por la vía de las coproducciones, signa el rumbo de la producción latinoamericana de los últimos años. Pero la anunciada revolución del video digital presagia -aquí como en todas partes- cambios profundos. Sin entrar ahora en los numerosos problemas que tal perspectiva abre ni en las espinosas cuestiones estéticas que el nuevo medio plantea, de lo que no cabe duda es que la respuesta por parte de los cineastas latinoamericanos ha sido entusiasta y figuras de la talla de Ripstein o Hermsillo no han dudado en servirse del video digital en alguna de sus más recientes películas, que -casualmente o no- se cuentan entre lo más arriesgado de la cosecha cinematográfica latinoamericana de estos últimos años. ¿Habrà cine latinoamericano para el año 2010?, podríamos preguntarnos ahora. Apostemos a que sí.

“

¿Cuál fue, podríamos preguntarnos, la última película china o iraní estrenada comercialmente en España que no viniera avalada por algún coproductor europeo o norteamericano? No hay por qué pensar que el cine latinoamericano escape a tal regla, ni siquiera en un mercado como el español razonablemente próximo por motivos lingüísticos y culturales.

”

al concurso de algunos amigos, en blanco y negro o aprovechando el apoyo de actores profesionales -todo vale al servicio de la causa-, estas películas han situado en unos pocos años a Argentina al frente de un novísimo cine latinoamericano; y *La Ciénaga* (Lucrecia Martel, 2001) se ha erigido en indisputado buque-insignia del movimiento. *Opera prima* de inusitado talento y matemático rigor en la disección de una burguesía de provincia enfangada en su propia mediocridad e inactividad. *La Ciénaga* está producida por la veterana Lita Stantic y cuenta con una gran estrella, Graciela Borges, al frente de su reparto, sin embargo, Martel construye implacablemente su discurso, sin concesiones formales, y termina por hacer de tan arriesgado cóctel la obra maestra del cine latinoamericano (y no sólo argentino) en este cambio de siglo.

Obra difícil, cuya riqueza exige más de un visionado para poder aprehender sus secretos matices. *La Ciénaga* ha sido cumplidamente presentada al público español no tanto por venir refrendada por su éxito en el Festival de Berlín o beneficiarse de la excelente caja de resonancia que es la sección Zabaltei del Festival de San

Sebastián cuanto por tratarse de una coproducción con nuestro país. Este punto merece sin duda un instante de reflexión, toda vez que - pese a algunas engañosas apariencias- la circulación del cine latinoamericano sigue siendo bastante problemática. Es cierto que festivales como los de La Habana, Guadalajara, Mar de Plata, Buenos Aires o Cartagena de Indias, entre otros, aseguran al cine latinoamericano una fluida circulación continental, pero sólo dentro de los (estrechos) márgenes de tal circuito. Prescindiendo de estas privilegiadas atalayas, raro es el film argentino que se ve en México o el film mexicano que se ve en Colombia. Fuera de América Latina, festivales especializados como Toulouse, Biarritz, Chicago, Huelva, Lérida o incluso San Sebastián a través de su sección Made in Spanish funcionan también como foros privilegiados, mas los estrenos comerciales distan mucho de estar luego garantizados, incluso en el caso de las películas más importantes.

ASUNTOS DE DINERO

Desde la particular perspectiva española, la situación no es, desde luego, muy diferente. En realidad, simplificando y generalizando, pero no deformando, podría decirse que el único cine latinoamericano que se exhibe comercialmente en España es aquel coproducido por nuestro país. El contingente de películas coproducidas con distintos países de América Latina (en torno a las 25 en estos dos últimos años, de las cuales aproximadamente el 50% corresponde invariablemente a coproducciones con Argentina) viene a representar la gran mayoría de estrenos latinoamericanos en nuestras pantallas. Valga de muestra un pequeño recuento: de las 15 películas latinoamericanas estrenadas comercialmente en España en 1999, 11 eran coproducciones; como lo eran 18 de las veintiséis estrenadas en 2000 ó 20 de las también 26 que llegaron a nuestros cines en el pasado 2001. Naturalmente este fenómeno ha de contemplarse con la suficiente distancia, pues en esta era de la globalización a ultranza, parecería como si la condición última de visibilidad internacional de las cinematografías del Sur dependiera del hecho de estar co-financiadas por algún país del Norte. ¿Cuál fue, podríamos preguntarnos, la última película china o iraní estrenada comercialmente en España que no viniera avalada por algún coproductor europeo o nor-

Estudios y ediciones

Diferentes textos han venido finalmente a colmar un vacío analítico e historiográfico injustificable. De entrada, la carencia de un estudio riguroso de conjunto se ha visto paliada por la minuciosa contribución de Paulo Antonio Paraguaná a la Historia general del cine publicada por Editorial Cátedra ("América Latina busca su imagen", vol. X [1996], pp. 205-383) en tanto que una cartografía esencial de la historia de las cinematografías de la región se ensaya asimismo en *Tierra en trance: el cine latinoamericano en cien películas* (Alianza, 1999), antología editada por Alberto Elena y Marina Díaz López. Desde su sección Made in Spanish el Festival de San Sebastián viene ofreciendo también en los últimos años distintos materiales de interés para el acercamiento a tan elusivo objeto: si el inicial formato de anuario se trocó en la edición de 2000 en un discutible diccionario de *Directores de América Latina*, la última entrega hasta la fecha -el volumen *Utopías y realidades: el cine latinoamericano de los noventa* (2001), editado como de costumbre por Teresa Toledo-

constituye en cambio una utilísima aportación encabezada por un penetrante ensayo de Jorge Ruffinelli.

Naturalmente, otros festivales cinematográficos han venido también a secundar este esfuerzo editorial, destacando particularmente el caso de Huelva, una de cuyas últimas publicaciones, *La memoria agitada: cine y represión en Chile y Argentina* (2001), de Francisco Javier Millán, se cuenta sin duda entre las más ambiciosas hasta ahora acometidas desde dicho foro. Indudablemente, la Casa de América -bajo el infatigable impulso de Teresa Toledo- ha contribuido también de forma decisiva a este relanzamiento de la edición de textos sobre el cine latinoamericano, destacando los dos recientes volúmenes *Miradas: el cine argentino de los noventa* (2000), editado por Nicolás Saad y Teresa Toledo, y la monografía de Juan Antonio García Borrero sobre el cineasta cubano Julio García Espinosa (2002). Con paso firme, aunque a un ritmo todo menos vertiginoso, la colección de Cineastas Latinoamericanos de la Editorial Cátedra y Fil-

moteca Española nos ha deparado también en los últimos años tres excelentes estudios sobre otros tantos importantes realizadores de la región: Arturo Ripstein (1977), de Paulo Antonio Paraguaná, Patricio Guzmán (2001), de Jorge Ruffinelli, y Glauber Rocha (2002, a punto de aparecer), de José Carlos Avellar.

La creciente centralidad de nuestro país en lo que concierne a la producción editorial sobre el cine latinoamericano, se evidencia igualmente por la atención que distintas publicaciones periódicas especializadas han prestado últimamente al tema. Archivos de la Filmoteca, la ejemplar revista de la Generalitat Valenciana, ha consagrado recientemente dos números monográficos al cine latinoamericano: *Mitologías latinoamericanas* (nº 31, 1999) y Brasil, entre modernismo y modernidad (nº 36, 2000). Por su parte, *Secuencias. Revista de Historia del Cine* (nº 10, 1999) ofreció no mucho antes un completo recorrido por los entrecruzados caminos de *Cine y política en América Latina*.

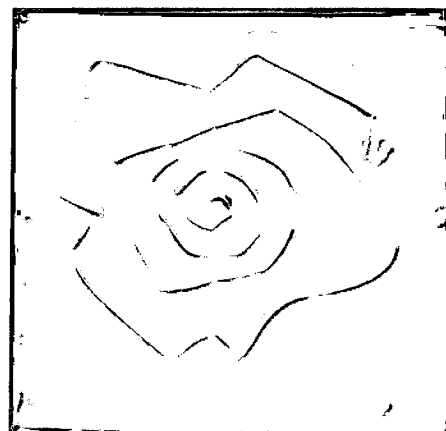
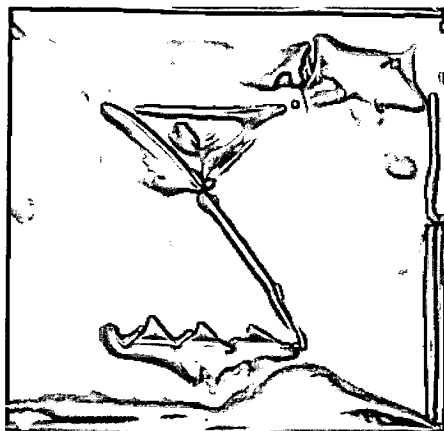
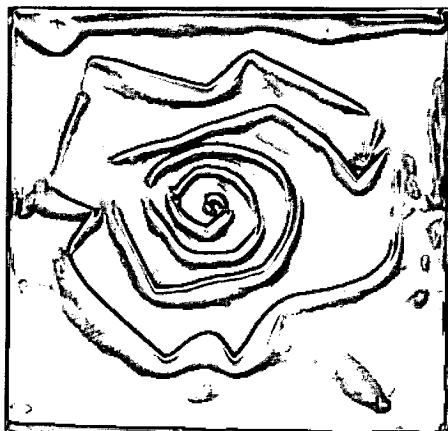
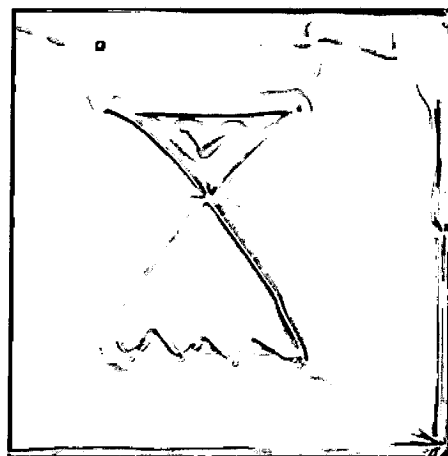
teamericano? No hay por qué pensar que el cine latinoamericano escape a tal regla, ni siquiera en un mercado como el español razonablemente próximo por motivos lingüísticos y culturales. Es probable que el cine latinoamericano atraviese en el umbral del siglo XXI un intenso proceso de reformas, pero en modo alguno ha cerrado o clausurado su actividad. Otra cosa es que no resulte tan sencillo percibirlo, reconocerlos, seguir su pista. Asuntos de dinero, sin duda.

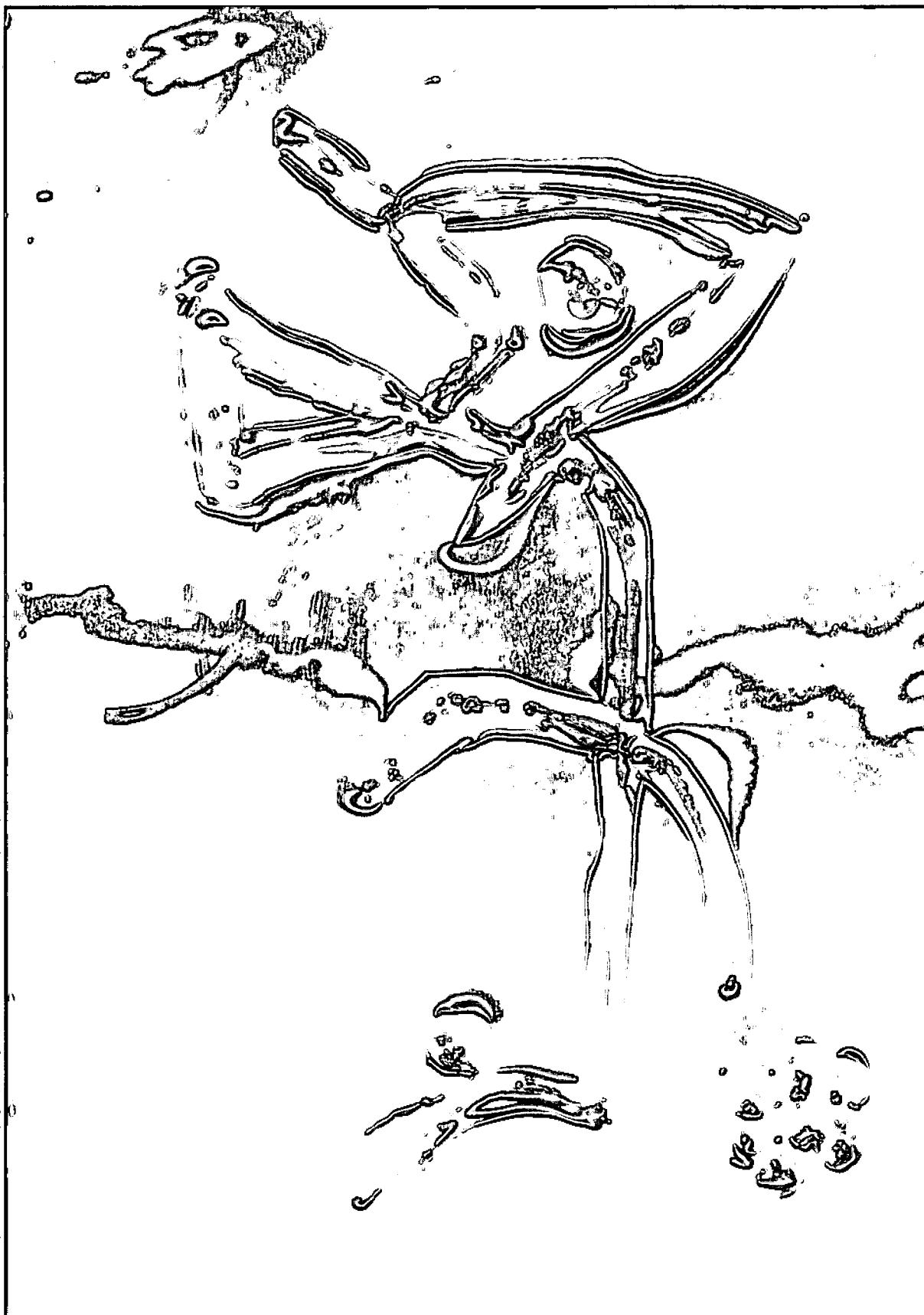
□ Alberto Elena
Crítico de cine

Nota de Redacción: Este trabajo fue tomado de la revista española *Reseña* Nº 340 de julio-agosto 2002.

Notas y referencias bibliográficas

- 1 Juan Antonio García Borrero "La utopía confiscada (De la gravedad del sueño a la ligereza del realismo)", en Teresa Toledo (ed.), *Utopías y realidades: el cine latinoamericano de los noventa* (San Sebastián, 49 Festival Internacional de Cine 2001), pp. 104 -128





Galeria de Papel. Chavin I. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

Para Ernesto Mayz Vallenilla es importante que la pretensión de poder que envuelve a la técnica (ratio técnica), sea contrarrestada con la égida del amor (eros), que se materializa en ayudar a ser y dejar ser al otro en un clima de pluralidad. Otro de los puntos que con énfasis ha abordado este filósofo nacido en la ciudad de Maracaibo es el "Poder Comunicacional". Presenta una modificación de la clásica división de los poderes de Montesquieu, y propone la creación de un Consejo Superior de las Comunicaciones, donde ciudadanos de probidad ética se encargarían de regular y pensar los medios

ERNESTO MAYZ VALLENILLA

y el poder en los medios de comunicación

¡Felices los filósofos que vivan a plenitud esos tiempos ...que hoy sólo podemos difícilmente imaginar!

Ernesto Mayz Vallenilla

Este filósofo venezolano nace en 1925 en la ciudad de Maracaibo. Pensador latinoamericano de reconocida y amplia trayectoria intelectual, tuvo una acentuada vocación por los campos filosóficos de la Fenomenología, Ontología y la Gnoseología en sus primeros trabajos. Sus estudios de filosofía los hizo en la Universidad Central de Venezuela, y vendría a formar parte de la primera ornada de egresados de la escuela dirigida por Juan David García Bacca en la que obtendrá, igualmente, su título de doctor en Filosofía y Letras. Posteriormente viaja hacia las universidades alemanas de Gottinga, Friburgo y Munich en la búsqueda de la ampliación de sus estudios especializados en filosofía. Fue profesor de las cátedras de Teoría del Conocimiento y de Filosofía Contemporánea en la Universidad Central de Venezuela, siendo miembro de la Comisión Universitaria en el año de 1958. Para 1969 fue nombrado rector de la Universidad Simón Bolívar, cargo que ocupó durante 10 años hasta que introduce su renuncia. Además de los campos de estudio antes mencionados y de sus ensayos acerca de la educación y la función de la universidad, sus crisis y su proyección, últimamente, desde su particular modo de com-

prender el estadio del hombre actual a partir de la idea de la *metatécnica*, que es una modalidad que se desprende de los avances y desarrollos de la racionalidad tecnocientífica, se ha dedicado a abordar diversos problemas en torno a la ecología, la ética, la teoría del caos, la inteligencia y, que es nuestro interés aquí, los medios de comunicación. Se considera a sí mismo como un pensador *genesíaco* y no simple repetidor de manuales y enseñanzas ajenas. Fiel al lema de Simón Rodríguez: *inventamos o erramos*, ha formado parte de ese sentir como tal, pero "tal vez con menos ingenuidad que en su caso" (1998:218). Su proyecto personal es un apostar por vivir en vilo, sin ideas, esquemas o discursos definitivos y escatológicos; transitar por un pensar fluctuante, tembloroso, avariento como la historia; un hacer intelectual que sea también un participante en tanto actor, sabiendo que se puede ser víctima de las vicisitudes de sus propias gestas bajo la intemperie de la *perplejidad*; sin caer en el nihilismo o en la cobardía. Todo ello implica para este pensador lo que debe ser un filósofo auténtico de su tiempo, asumiendo, claro está, una diáfana autoconciencia e insobornable responsabilidad moral.

■ **David De los Reyes**

Entre sus obras más importantes tenemos *Fenomenología del Conocimiento* (1956), *Ontología del Conocimiento* (1960), *El problema de la nada en Kant* (1965), *Del hombre y su alienación* (1967), *Crítica de la razón técnica* (1969), *El dominio del poder* (1982), *Ratio Técnica* (1983), *El sueño del futuro* (1984), *El Ocaso de las Universidades* (1984), *Fundamentos de la Metatécnica* (1990), su última obra aparecida se titula *Invitación al pensar del siglo XXI* (1998).

En todas sus páginas notamos que hace gala de una concepción personal de la Filosofía. Nos señala que “el auténtico quehacer filosófico debe alimentarse de disputas y discordias entre los pensamientos, con tal de que sus esfuerzos se hallen animados por el genuino entusiasmo que despierta el amor por la verdad” (1982:15), es lo que nosotros trataremos de hacer con su obra en relación al tema de la comunicación. Por otra parte, en todos sus escritos hay una preocupante actitud de encontrar un equilibrio en el ejercicio de dominio que opera en todo uso de la *ratio* técnica (RT). Para él, ante la voluntad de dominio de la RT se antepone la idea y el sentimiento del amor (*eros*), el cual exige la plenitud del amado, que es destruido por aquella otra voluntad. El afán de poder que implica la técnica, debe contrastarse y ser tratado bajo la égida del amor que para este autor no tiene otra significación que aquel sentimiento de empatía que nos lleva a *ayudar a ser y dejar ser* a la alteridad, en vez de la propuesta de dominio y obediencia de aquella otra voluntad, la del poder, sea humana o instrumental. Ante ello le contraponen este orden *amóroso* que no es otra cosa que co-participación, co-operación, colaboración, comunión y comunicación recíproca -añadiríamos nosotros- de obras, proyectos y quehaceres. El Otro se vuelve, en tal situación, próximo, semejante. Visto así la comunicación tendría un importante papel ético y consensual pero ¿realmente todas las direcciones trazadas por esta reflexión moderna venezolana mayziana pueden asumirse desde esta perspectiva amorosa? Veamos.

DE LA COMUNICACIÓN

Al igual que muchos autores lo han planteado, MV está convencido que si hay que hablar de una revolución global, es decir, de un cambio radical dentro de la dinámica de la sociedad planetaria, es la revolución en las comunicaciones, la cual radi-

“

Nos señala que “el auténtico quehacer filosófico debe alimentarse de disputas y discordias entre los pensamientos, con tal de que sus esfuerzos se hallen animados por el genuino entusiasmo que despierta el amor por la verdad”.

”

ca en el poder (corpóreo y psicosomático), que se ha generado en torno a ella: “en la revolución en las comunicaciones radica la revolución del poder” (1998:281). Esto genera también un cambio en el concepto de *ratio* técnica y en especial por lo que él llama *innovaciones metatécnicas*. Prevé una relación insoslayable entre dos poderes paralelos: comunicación y armas; las comunicaciones pueden ser asumidas en tanto arma, en tanto instrumento de dominio o poder. Ellas vendrán a ser los dos grandes vectores de donde surgirán los más grandes impactos provenientes de los cambios dentro de una política de la representación virtual y del capitalismo simbólico. Toda esta tendencia revelaría una especie de proyección y dirección hacia una *polis planetaria* o lo que muchos autores más llanos han llamado *sociedad global*. Los instrumentos técnicos de dicha revolución amenazarían al concepto y estructura de la comunidad (*κοινωνία*) tradicional. La idea de lo común (*κοινός*) se ha transformado gracias al *sustentáculo conectivo* y/o comunicante. Los intereses y necesidades han traspasado lo *espacioliforme*; ahora se hallan determinadas por distintas *alteridades* (hechos, valores, fines, etc.) *transregionales* o desterritorializados, que vendrían a proporcionar un acercamiento personal de participantes/colaboradores de la (s) comunidad (es) planetaria (s). Respecto a la opinión de que los medios vendrían a

homogenizar al planeta, idea que privó hace treinta años en los estudiosos de los medios, a veces este autor se contradice; por un lado nos dice MV que es un tema de reflexión importante pues encuentra que el *logos tecno-comunicacional* ha suscitado, dinamizado y propiciado una creciente diversidad y una policroma *heterogeneidad o diversidad de comunidades*. La apertura y la conexión con el mundo ha hecho reafirmar la diversidad más que propiciar la tan temida *homogeneidad planetaria*; un ampliado y babélico diálogo ha surgido a partir de esta conexión tecno-comunicacional; se han derribado los límites y fronteras *topográficas*. (1998:313). Pero como veremos más adelante, por otro lado tal revolución tiene que tener su censor, según MV: un Poder Comunicacional estatal.

EL PODER COMUNICACIONAL

La visión que da MV acerca de este tema importante de la comunicación actual giraría en torno al intervencionismo de Estado; postura fuertemente criticada en los últimos tiempos. Comprende que el poder de los medios de comunicación viene a constituir la orientación y la agenda de la *opinión pública* y ante ella piensa que estamos inermes los usuarios de los mismos, que somos receptores *esponja* pasivos. Esta situación la denota él de forma que los medios llegan a desplegar una fuerza avasallante y un despliegue manipulador inusual gracias a la tecnificación-digitalización, pudiéramos decir nosotros- de los mensajes.

A esto agrega que los medios están sometidos a los dictámenes de los grandes consorcios económicos y sus concretos intereses son sólo crematísticos, afectando así a lo cultural y a la llamada ecología de la comunicación social. Esta mirada comunicacional desde la filosofía vuelve a plantear que la presencia de los intereses de los medios de comunicación vendrán a determinar la conducta, pensamiento y objetivos de sus integrantes propietarios (monopolios, oligopolios, grupos accionistas, etc.) que vendrán a ser los dueños únicos de la *libertad de expresión*.

La libertad de expresión la define como el *quantum* y *quale*, es decir el grado y cantidad de oportunidades que se le ofrecen a las personas (seleccionadas por ellos mismos previamente) para divulgar sus ideas y opiniones a través de estos canales que se “controlan férreamente” (1998:289).

Y esto se ve en la cruda descripción que para él presenciamos en la realidad que rodea a lo que se confronta hoy en Venezuela. Nota una degeneración y corrupción que afecta la actividad política. ¿Es posible a la tolerancia estar presente en los medios de comunicación? se pregunta. Para nada, y conmina al Estado (que en los momentos debería comenzar por él mismo y sus funcionarios), que asuma como una obligación inaplazable adoptar medidas necesarias que nos lleven a una prudencia y equidad de la intolerancia de los medios respecto a la libertad de expresión, “sin traspasar los límites aconsejables en el tratamiento de un problema de tanta y tan radical importancia para los ideales de una genuina democracia...y, en especial, de la educación y la cultura de nuestro pueblo” (idem).

Y es por ello que plantea la creación de un *Consejo Superior de las Comunicaciones*, que vendría a recordar también los planteamientos hechos por Karl Popper en su artículo *La tv: un peligro para la democracia*, en donde se nos plantea una idea parecida (una especie de juramento hipocrático mediático para los trabajadores de medios), pero que queda en manos del mundo civil, es decir, de los profesionales (periodistas, libretistas, directores, camarógrafos, etc.), que trabajan alrededor de los medios. Hoy encontramos una parecida pero coercitiva figura en el propuesto Instituto de Radio y Televisión, como ente vigilante, controlador y censor de todo contenido mediático en el ámbito nacional, proyecto inserto en la llamada “ley mordaza” o ley de responsabilidad social en radio y televisión.

Este *Consejo* tendría ciertas características para justificar su creación y existencia. Pensamos que son todas ellas casi imposibles dentro de nuestra realidad. La primera es que sus integrantes deben poseer un *criterio independiente*, ajeno a intereses partidistas, de reconocida trayectoria e insobornables principios éticos; un perfil ya prácticamente utópico de tales miembros. El problema de resolución de esta fórmula está en cómo se vendrían a elegir dichos miembros y aconseja que sean elegidos por la misma vía que son designados y seleccionados los magistrados del Tribunal Supremo de Justicia. No hacer frente es mantener a la política dentro de un “fétido ambiente que el muladar comunicativo proyecta desde sus corruptas entrañas” (1998:290). Toda esta disposición política vendría a establecer lo que llama *Poder Comunicacional*, que estaría encargado de modificar la tradicio-

66

Es el Estado, así lo creemos, quien debe comenzar dando un paso adelante en establecer medios de comunicación públicos de calidad informativa y entretenimiento, una acción comunicacional de la que se alejan las viciadas prácticas usuales vividas hasta los momentos.

99

nal estructura tripartita de los poderes tradicionales del Estado moderno propuesta por Montesquieu.

Este Poder Comunicacional se justifica para dirimir la desigualdad de la sociedad ante tales entes económicos que controlan los medios de comunicación que, para nuestro presente, vendrían a ser decisivos respecto a los efectos que puedan producir en educación, cultura, economía, política y, en general, en cualquier actividad de quehacer humano; se piensa en los medios como entes educacionales cuando bien se sabe que sobre todo sus fines, más que educativos, son de dar información y entretenimiento.

Exige, pues, una mayor atención intervencionista por parte de los gobiernos en la relación medios de comunicación y sociedad, para que se conviertan más en órganos de la comunidad y no privados, sabiendo que no se puede soslayar que todas las actividades del Estado se encuentran mediadas por sus efectos. Tampoco, si se llega a establecer dicho poder, puede dejarse de lado el tema de una paralela reorganización de la sociedad, nos dice MV, de la que no plantea mucho en estos escritos cómo debe ser. Sólo que debe alentar una mayor *participación* individual y comunitaria, que estaría dada por la particularidad omnicompreensiva y tecnificada red comunicacional que vendría a facilitar el intercambio de informaciones relacionada con los problemas que le

atañen a la colectividad (políticos, económicos, sociales, ecológicos, culturales, etc.). Propuesta tampoco nada nueva.

La finalidad de esta red comunitaria tendría como razón de ser no sólo el manejo y distribución de la información sino de provocar, proponer y procesar alternativas críticas ante las propuestas diversas de los usuarios. Ello hace la inclusión de los grupos comunitarios haciendo de dicho Poder una *mancomunidad de comunidades*, ente que sea reflejo y exponente de la sociedad civil organizada; los análisis y propuestas, críticas y aseveraciones se asumirían por el criterio del *bien común* y del *interés general* de estas mismas comunidades.

Lo anterior es realmente imposible. Los medios de comunicación, exceptuando los canales públicos, son empresas o industrias privadas que tienen, además de su carácter de servicio público, intereses crematísticos privados. Para ello estaría, más bien, como lo ha dicho Pasquali, la creación de órganos públicos que vendrían a ser ante todo modelos mediáticos a aplicar y además, entes más neutrales que partidistas, más propio de un canal de servicio público que un medio de comunicación partidista y del gobierno de turno. Ello sería ya un paso para poner en prácticas esa ecuanimidad comunicacional y es el Estado, así lo creemos, quien debe comenzar dando un paso adelante en establecer medios de comunicación públicos de calidad informativa y entretenimiento, una acción comunicacional de la que se alejan las viciadas prácticas usuales vividas hasta los momentos.

LOS PROCESOS ÉTICOS COMUNICACIONALES

Todo proceso ético está condicionado de forma radical por el impacto transformador que ejercen sobre él los medios y fenómenos tecno-comunicacionales, nos dice MV. Para él esta realidad está por encima de cualquier señalamiento de que pueda existir una *naturaleza humana* (que considera toda una *entelequia aristotélica*), con la que se retenga, por encima de tal influencia, un campo original y consistente, sustancial y esencial del hombre.

Los instrumentos comunicacionales, advierte, vendrían a ser los que poseen una mayor potencia transmutante y modificante de todos los instrumentos técnicos creados. Es por ello que si de alguna manera habría que referirse al hombre bajo la estela de este paradigma comunicacio-

nal que se nos presenta en todo momento es el de *homo comunicans*, el cual viene a ser un *constructo comunicante* que a su vez se comunica con otros.

Comprendido esto se afirma que este cerco tecno-comunicante no dejará incólume ninguna estructura y función psicosomática ingénita del ser humano. Tales instrumentos técnicos son capaces de transmutar radicalmente hasta los originarios sensorios (o sentidos) humanos. Pero no quedándose en ello, van también a modificar y condicionar radicalmente las instituciones que componen el entramado de su existencia social tanto a nivel regional como a nivel planetario; surgen nuevas modalidades de trabajo, relación espacio-temporal, sentido de propiedad totalmente inusuales ante el rostro de la tradición; se cambian las relaciones entre los poderes del Estado y las relaciones internacionales entre estos mismos; modifican las transacciones, símbolos, mecanismos, y velocidad de los procesos económicos; surgen nuevas fronteras y posicionamientos de los poderes político y militar y, por ende, se afecta al concepto *moderno de nación*; los valores morales y estéticos expresan y subliman otros intereses; los instrumentos comunicacionales adquieren un poder teleonómico que proporciona efectos estimulantes o disuasivos que son utilizados para gestar, producir, generar y manipular la opinión pública regional y mundial; nuevos campos de legitimidad epistémicos y de modos de aproximación pedagógica como de apropiación de conocimientos, datos e información. Todo ello son algunos aspectos que da cuenta este pensador a partir de este nuevo y *peligroso* (?) cerco técnico comunicacional del presente.

Lo primero que aparece en el horizonte de la vida humana es que nada permanece y todo se muta, cambia, caduca de una manera rápida y vertiginosa gracias a la indetenible fuerza dirigida por tales canales técnicos que *sin tregua nos rodean* (1998:259). Esto ha hecho que para MV el hombre haya perdido su plena autonomía y libertad. Lo cual nos parece exagerado pues, ¿es que acaso el hombre ha tenido en algún momento *plena autonomía y libertad* o es que ha habido distintas modalidades de ser autónomos y libres según la dinámica social? Consideramos que seguramente se puede interpretar también este estadio de la creatividad humana como forjador de otro tipo de autonomía y libertad que, claro está, vendría a chocar con los sentidos clásicos -¿kantianos?- con que se ha definido occidentalmente

“

**Lo primero que aparece
en el horizonte de la vida humana
es que nada permanece y todo
se muta, cambia, caduca
de una manera rápida
y vertiginosa gracias
a la indetenible fuerza dirigida
por tales canales técnicos.**

”

tales conceptos. MV ve en ello toda una amenaza, seguramente por su distanciamiento a transitar a dicha cultura y apropiarse y no alienarse o distanciarse ante los procesos que ella engloba y proporciona. La maldición ante los procesos éticos, el condicionamiento intrínseco, las fuerzas coercitivas y coactivas que producen esta tecnósfera, son algunos de los latiguillos que referirá como constantes en esta reflexión de ética y medios actuales. Pareciera un querer refrenar lo irrefrenable, el que se modifiquen las tradicionales estructuras éticas ¿cristianas? y puedan cambiar, por estos hallazgos, los lazos institucionales y sociales.

Si ante sus propuestas tenemos cierta desconfianza por su carácter *irracional* sin comprender buena parte de lo provisto por dicha red comunicacional, encontramos que sí pudiéramos estar de acuerdo respecto a la responsabilidad social que frente a ellos debe asumir el hombre pero no por el hecho que vengan a reducir y a imposibilitar el sentido idealista, que es como nos lo plantea, de su defendida *autonomía moral de la persona*. Por lo visto, los hombres quedamos reducidos a meros títeres manipulados por los medios y que no podemos generar ninguna respuesta personal ante ellos; es la típica propuesta del receptor pasivo. Nos plantea el problema de la autarquía de nuestra

libertad. Aquí la reflexión se conduce a partir de dos cauces, uno: lo técnico y otro: lo moral.

Todo queda reducido a un sentido negativo, a un pensamiento que negaría los nuevos cambios sociales que vendrán a producir estos inventos técnicos y con ello justificar la propuesta de otros tipos de controles para reducir el libre movimiento de los usuarios de estos aparatos e instrumentos. Un control para el control a favor de una autonomía moral que nunca el hombre común ha visto sino sólo ha existido en la conciencia de algunos filósofos. En eso Aristóteles estaba claro, el hombre es un animal político y por ende sometido a los dictámenes que, más o menos tolerantes de sus gustos personales, tendrá que asumir en función de un bien social (concepto éste que sí realmente puede ser cuestionado y del cual se tendría que iniciar dicha reflexión si se quiere ver cómo se ajustan esos instrumentos a la sociedad y no partir de lo que se encuentra y ha surgido, aparentemente, mediante una extensión anárquica y beneficiosa por los poderes multinacionales que manejan la producción de tales recursos).

MV promete ir al fondo del asunto. Se convierte en un defensor de la libertad y la autonomía humana: ellas están acosadas y en peligro, tanto a nivel micro: personal/regional, como macro: nacional/planetario. El se encuentra perplejo por toda la malévolac acci3n que se pueda llevar a cabo por los efectos de los fenómenos y medios tecno-comunicacionales si el hombre llega a perder el dominio sobre su poder. ¿Pero es que se ha perdido acaso alguna vez el poder de tal dominio? Si existen es porque con ellos se ejerce un poder, pero hablar de esa manera es caer o esconder y no desvelar una problemática real del asunto. El problema no es controlar un poder omnímodo que pareciera erguirse sobre nuestras cabezas. La situación real es la necesidad de hacerse cada quien con una parte de ese poder y utilizarlo para devolver lo que no se quiere asumir con la autonomía que nos da el nuevo episodio de las comunicaciones humanas a partir de este aparente *cerco comunicacional*.

DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

MV se acerca a uno de los temas cruciales dentro de los medios de información y comunicación surgidos a partir de la modernidad, me refiero al ya tratado tema de la *libertad de expresión*. Para asentar su

propuesta engrana a este con la idea del *logos*, en su significado y sentido griego, de *palabra-racional*. Es por ello que da cuenta que esa *libertad de expresión* es determinante para las relaciones comunales que se forman en tanto Familia, Comunidad, y Estado existentes. La condición humana; para MV; es la de ser un ser comunitario, social, un *animal político* (Ζωονπολιτικον).

Encuentra que la llamada *libertad de expresión* está en una disyuntiva peligrosa en cuanto a sus posibilidades. Su denuncia se dirige a que ésta ha sido absorbida y manipulada por los medios de comunicación. Está subordinada a la influencia y potestad de la omnímoda presencia del sistema multimediático. Descontrol, anarquía y arbitrariedad la conforman, pudiendo hacer surgir el temor otra vez, de poder ser invalidada y *auto-destruida*. También analiza que hoy está mediada y determinada, directa o indirectamente por los medios de comunicación masivos, que sólo buscan beneficios comerciales y crematísticos que se encuentran anclados en *enormes y abigarrados consorcios multimediáticos*, que controlan editoriales, agencias de publicidad, cadenas de periódicos y revistas, compañías cinematográficas, gigantes redes de radiodifusión, multicanales locales, nacionales e internacionales de televisión etc. (1998:261); como si ello fuese algo prohibitivo dentro de un modo de producción y competencia capitalista. Y para finalizar esta visión malévolamente de los medios, todo ese arsenal de la guerra mediática está controlado o manejado por los grupos económicos de accionistas y propietarios de tales organizaciones que vendrán a ser los grandes jueces, doctores y árbitros decisorios de aquella vapuleada *libertad de expresión*.

Tal organización mediática vendrá a ser una fuente extraordinaria de poder simbólico que ejercerá una fuerza que podrían -y lo hacen- alimentar y cambiar al poder político como tradicionalmente se ha entendido.

Si ello fuera así, visto de manera unilateral, creo que bien pudiera asumir la guardia y defensa de esa libertad de expresión pero, menos mal que él mismo nos dice que ello tiende a modificarse gracias a los cambios que ha proporcionado el desarrollo de los medios y fenómenos multimediáticos que nos dan cada vez más una mayor amplitud y variedad de posibilidades y modalidades (sólo pensemos el apabullante uso de la telefonía inalámbrica y la capacidad que ha generado de ex-

“

Encuentra que la llamada libertad de expresión está en una disyuntiva peligrosa en cuanto a sus posibilidades. Su denuncia se dirige a que ésta ha sido absorbida y manipulada por los medios de comunicación. Está subordinada a la influencia y potestad de la omnímoda presencia del sistema multimediático.

”

presarse libremente a una mayoría de personas que antes nunca habían hablado con sus amigos y familiares cercanos ¡o lejanos!; ¿acaso ello no ha generado, a nivel individual, personal y subjetivo, una nueva *libertad de expresión* personal tan importante como la mampuesta por las organizaciones de los medios?).

Es así que los mensajes ahora surgen no sólo de la multitud de pequeñas y especializadas empresas de telecomunicaciones que nos dan una multitud de ofertas comunicacionales e informativas que operan en todos los órdenes de nuestra vida (a nivel cultural, científico, ecológico, por decir campos que deben agregarse a los tradicionales: política, economía, etc.) y que aumentarán por las nuevas redes telemáticas gracias al recurso del ordenador y del *Internet*. Se ha roto, en cierta forma, el cerco unidireccional de los medios radioeléctricos de las décadas pasadas y se ha inundado, con un público creciente, el intercambio de mensajes con una multiplicidad de propósitos y finalidades antes nunca imaginados. Todo ello, si se ve así, pudiéramos decir que hoy se ha ampliado el cerco limitado de la liberal y moderna *libertad de expresión* periodística, entrando a otros cauces que bien pudiera competir con ella y abre nuevas vías para el desarrollo de otro tipo de libertad de expresión

que si se quiere puede ser más personal o individual, temática o electiva, individual grupal, pero con amplias posibilidades de difusión gracias a los nuevos recursos cibernético/digitales.

A la larga lo que ha ocurrido es que se ha descentralizado, neutralizado y relativizado toda centralización de la información y de las comunicaciones de masas. De una verticalidad teledirigida de esa *libertad de expresión*, que es como la continúa pensando MV, hemos pasado a una horizontalidad de posibilidades que amplían el derecho humano de ese tipo de libertad dentro de una sociedad abierta, claro está.

MV ve otro fantasma ante su horizonte comunicacional. Es el fantasma de la *ética comunitaria* que ahora se pondrá en peligro y la posible disolución de la *πολις* (polis), del Estado como tal. Nosotros nos preguntamos ¿Acaso es que vivimos en una situación parecida a la idea de polis clásica griega o hasta del mismo tipo de Estado moderno? Es querer volver a lo imposible. El mundo se ha abierto más allá de los círculos concéntricos de la ciudad-nación-estado tradicional, y seguramente, como han dicho otros autores, nos planteamos pertenecer a una sociedad global y a una ciudadanía planetaria, gracias a los medios, a la vez que ocupamos un habitar y un convivir regional político y cultural. Ello hace que en vez de reducir nuestros derechos y deberes, estos se amplíen. Nos lleva a estar aún más concientes e informados sobre el mundo que habitamos, además de imposibilitar apartarnos de nuestra familia, comunidad, ciudad, nación y sus condicionamientos culturales agregados en cada uno de esos estadios confirmativos de nuestra condición humana.

MV nota que no podemos seguir hablando de una *naturaleza humana prístina* como tampoco de un *logos racional* original e imperturbable. Sabe que la racionalidad humana, (si es que aún tiene sentido hablar así de ello, como si fuese de un Singular abstracto y en el sentido cartesiano de ser “la cosa mejor repartida en el mundo”), es un *construido* y un producto de la propia razón en relación con los instrumentos técnicos y saberes científicos y humanísticos que domina, y del modo y relación de vida que lleva. Ello ha hecho posible *ostentar virtualidades y límites que no le son ingénitos, innatos o connaturales* (1998:263). Nos encontramos ante una *supra-naturaleza* diseñada y construida por el propio hombre surgida de las vertientes de la ratio técnica: *eje y centro autogenerador de una trans-ra-*

cionalidad trans-humana. Han surgido nuevos usos del sistema sensorio, modalidades de sintaxis insospechadas como de fines y límites gracias a tales procesos tecno-comunicacionales. Ello trastocará aspectos que vendrán a definir otra escala y significados de valores éticos y políticos que hoy estamos en plena fase de construcción que para MV augura, también, una nueva *racionalidad* o *trans-racionalidad* que ya han cambiado la faz de la sociedad y del Estado, como el sentido humano de la individualidad respecto a las instituciones por él creadas.

Ante esta nueva perspectiva, MV se abstiene de dar una opinión definitiva al respecto. Sólo quiere presentar y describir más que enjuiciar, recalcando el sentido real y objetivo de su época, que está comandada por el imperio de la ratio técnica, la cual ha aumentado el poderío o dominio de los medios tecno-comunicacionales. También refiere que no quiere pecar de lo contrario, de pensar que los productos surgidos por esta modalidad de la razón vengan a ser una especie de *criaturas etéreas o abstractas guiadas simplemente por la bonhomía de sus patrocinadores* (1998:265). Tanto la ratio técnica como los *patrocinadores* han obrado de esa manera por un *afán de poder* que tendría un mismo motor: aumentar ya el poder poseído por tales grupos e individuos, con lo cual vendría a afirmar su objetivo básico: el dominio, por parte del hombre, sobre el mundo en que habita y actúa.

El afán de poder como la voluntad de amor, son inseparables de la condición antropológica humana y por tanto no es del todo criticable; ambas son energías inseparables que lo habitan interna y externamente. Son fuerzas que nos movilizan en tanto ser humano y desde donde, según este pensador, vendrán a originarse, proyectar y desarrollar cualquier *peripetia ética* (idem). Situación que no puede ser asumida ni ingenua o de forma natural, como tampoco podemos decir que goza de plena autonomía (concepto caro al autor). Es de aquí donde parte para diseñar lo que considera como la nueva y verdadera responsabilidad social contraída ante esta situación tecno-comunicacional creada.

EL ESTADO, ¿INTERVENTOR O MEDIADOR DE LA COMUNICACIÓN?

En el ensayo *Ética, Medios de Comunicación y Responsabilidad Social*, escrito en

“

El afán de poder como la voluntad de amor, son inseparables de la condición antropológica humana y por tanto no es del todo criticable; ambas son energías inseparables que lo habitan.

”

1995, nos da su punto de vista respecto a esa situación nueva de responsabilidad social creada por dicho cerco comunicacional. De la responsabilidad social que piensa él que nos atañe frente a los fenómenos tecno-comunicacionales: respecto a su uso y finalidad que le demos individual y socialmente. Advierte que es una posición que se debe asumir en tanto *hombres preocupados por el destino de nuestro propio tiempo y por la crisis que estremece los fundamentos de la ética a nivel mundial* (1998:266).

El planteamiento del problema es de una mayor envergadura que la clásica oposición entre empresa privada de comunicación y Estado, donde este último debe crear y constituir ciertos lineamientos y ordenamientos legales que vendrían a defender los valores morales y culturales constitutivos de una Sociedad (postura que pareciera arrastrar cierto estatismo social implícito: los valores *no* pueden cambiar, aparentemente); ante tal dominio legal los propietarios, nos dice MV, esgrimen ser los *presuntos abanderados de una Sociedad plural y abierta*, que hace juego en la balanza respecto a las monstruosidades que conlleva el Estado omnipotente y totalitario. Si ello pudiera verse así, MV quiere abordar tal dualismo co-

municacional público por otra arista distinta.

Dada la omniabarcante dimensión de la tecnósfera comunicacional que *inerva, sostiene y orienta todas las actividades humanas* en este momento, llevará a que tal dinámica supere la fuerza o poder que competen al Estado, reduciéndolo y limitándolo en influencia social. Este es el punto en que MV advierte que tal situación provocaría una ruptura de formas y modalidades de coexistencia comunitaria tradicional que sustenta a la misma idea de Estado que, como él mismo dice, desde *los griegos hasta nuestra época*. Pero ¿acaso las organizaciones deben mantenerse inalteradas y el sentido comunitario no puede cambiarse a partir de las mismas construcciones técnicas o comunicacionales del hombre?, nos preguntamos.

Esta situación *novedosa* vendría a poner en entredicho la supervivencia institucional respecto a su eficacia y utilidad en tanto instrumento administrador de poder para la coexistencia social, la cual debe defender, ¿conservadora y rigoristamente?, intereses, valores éticos y políticos así, la manoseada y mal usada, *dignidad personal* de los miembros que componen dicha sociedad. Ello pareciera justo pero nos suena a premeditado y con cierto sesgo de interés grupal y conservador, asentado e interesado en un estatismo estatal respecto a valores morales y culturales.

Lo que se trata es de devolverle el poder al Estado como eje central del poder social. Esto para restablecer, imponer y difundir, con *plena potestad y autoridad*, la cristalizada normativa ética de la sociedad. Acción que vendría a colocar en la conciencia de sus destinatarios *la jerarquía, estimativa y finalidades de aquella normativa*.

Llegado aquí, MV se hace una serie de preguntas donde podemos resumir con una a todas: ¿es tolerable y sostenible, acaso, que no sólo la dirección de casi todos los rubros de la vida socio-cultural de un país -como son, por ejemplo, la educación, los insumos tecno-psicológicos que orientan la actividad económica, las jerarquizaciones éticas, estéticas y culturales, etc.- sino, incluso, la propia dirección del Estado y su teleonomía política, queden en manos sólo de quienes posean, usen, manipulen o controlen los medios tecno-comunicacionales? Todo este rodeo interrogativo nos remite a una comprensión tradicional del problema. El Estado es una figura visible ante la esfera social que debe, a modo de semáforo político, darnos cuáles son, de manera casi totalitaria, las

normativas éticas a las cuales tenemos que ajustarnos todos sus participantes. Con ello, si bien pudiera ser correcto respecto a los poderes de tales grupos económicos, ¿debería ser así la creatividad cultural de grupos minoritarios o individuales que pueden construir su propia *agenda* ética o identidad de individuo de masas sin llegar a chocar con el juego social establecido? Pensamos que no tiene nada de liberal su propuesta y sí, en cambio, el modelo nacional-socialista de Estado, cosa que no vendría a permitir mejorar nuestro horizonte de ciudadanos que permean dentro de una planetarización como de una regionalización de sus haceres, hábitos y modos de vida personales escogidos libremente. El problema es dar cabida a la tolerancia y no reducirnos a una normativa ética monolítica que vendría, por el lado opuesto, también a homogenizar las conductas humanas a un mismo ritmo estatal. ¿Es posible ello aún? Por como están dadas las cosas no creemos que se pueda regresar a ese pasado. Para ello debería detenerse -algo más imposible aún- el avance de esa misma tecnósfera comunicacional a la que se refiere el filósofo de *Tusmare*.

Para reafirmar nuestra apreciación lo único que ofrece como alternativa es la creación de un Poder Público "autónomo" que vendría a llamarse *Consejo Superior de Comunicaciones*. ¿Su finalidad? El tono de moralina no se hace esperar: "*Velar por los más altos intereses de la Sociedad y el Estado en todo lo relativo al desarrollo, calidad y proyección de las comunicaciones en el país, estimulando y moderando críticamente la excelencia y prioridad de los contenidos significativos, en diversos órdenes, de los mensajes que se transmitan y difundan a través de todos los medios tecno-comunicacionales*". Muchos intelectuales tienen la manía de comenzar por el final: primero debería ponerse en práctica el modelo práctico y real de medios públicos a seguir y luego la creación de dicho cuerpo, a partir de toda esa experiencia ya obtenida y examinada.

Prácticamente ese Poder vendría a convertirse en el *poder absoluto social*, ¿y quien debería vigilar las acciones y ejercicio de dicho poder comunicacional? Ello nos lleva a girar en círculos concéntricos y regresaríamos a entrar en más de lo mismo, en donde nos encontramos actualmente, en esa dicotomía de lo público-privado de las comunicaciones.

Para nosotros más que constituir dicho *Consejo Superior de Comunicación*,

66

Para reafirmar nuestra apreciación lo único que ofrece como alternativa es la creación de un Poder Público "autónomo" que vendría a llamarse Consejo Superior de Comunicaciones. ¿Su finalidad? El tono de moralina no se hace esperar: "Velar por los más altos intereses de la Sociedad y el Estado en todo lo relativo al desarrollo, calidad y proyección de las comunicaciones en el país."

99

que por el hecho de ser ya *Superior* estaría limitando la condición democrática, igualitaria y personal de tal uso de poder grupal, comunal, empresarial y personal, pensamos en el registro de una normativa legal proclive a crear y generar conocimiento, entretenimiento, información y mensajes de todo tipo siempre que no atente con los principios de los Derechos Humanos establecidos en la Carta firmada en 1948. De ahí se podría ya, como se ha hecho pero no practicado, encontrar un registro mundial para las manifestaciones y producción surgidas de la tecnósfera comunicacional en vez de un ¿*venerable*? Consejo Superior de Comunicación de corte patriarcal y autoritario, que para el mismo MV debería estar orientado por una visión episcopal-eclesiástica (1998: 270), más que ciudadanos democráticos, lo cual deja mostrar las intenciones de nuestro autoritario y moral filósofo de *Tusmare*. Todo un Poder Censor de las Comunicaciones más que organizador de un mejor tratamiento, diversidad y apertura democrática a los medios y a la comunicación humana.

La pregunta que se hace uno inmediatamente es ¿quién vendría a ocuparse de tales funciones? Un grupo de *especialistas*, nada más y nada menos. Que, además

*de estar capacitados científica y profesionalmente para el desempeño de sus funciones, hayan demostrado un criterio prudente y autónomo -vuelve la palabrita proverbial- en sus juicios, y, por supuesto poseer una reconocida y meritoria trayectoria pública, así como insobornables principios en todas sus actuaciones, en otras palabras, un cuerpo de individuos identificados con los valores que vendrán a estar en contradicción con el Nuevo Mundo de las Comunicaciones que esta aquí y ahora, y al que se quiere controlar con el dogma episcopal y estatal de las sociedades estatistas. Ello no es acorde ni con la democracia pluralista ni con los intereses del ciudadano y sus derechos a estar informados a partir de los medios que él considere que mejor representan sus intereses y sus convicciones políticas, morales y sociales. Todo Consejo Superior termina colocando una verticalidad en el uso de nuestros derechos comunicacionales. Más que todo ese artilugio burocrático de *respetabilidad de especialistas* lo que debe partir es de la exigencia de canales plurales de comunicación que representen más que a los valores de un grupo, en este caso los de dicho Consejo, la apertura a la emisión de todos los mensajes, conocimientos e informaciones que no atenten al sentido de una democracia pluralista y que debe albergar en su seno aquellos impracticables aún Derechos del Hombre.*

Sin embargo MV nos dice que tal institución estará constituida *en forma corporativa: delegados de diversos organismos o instituciones públicos y privados* de la misma manera como sucede respecto a la escogencia -bastante cuestionada, por cierto- de los Magistrados de la Corte Suprema de Justicia, acentuando su *cariz meritocrático*. Tal criterio meritocrático vendría a mediatizar los lineamientos de las comunicaciones y el problema es que los medios de comunicación deben estar sujetos a un criterio pluralista de diversidad pública, más que sólo meritocrático para su correspondiente desempeño.

Y para no quedar ahí, en simple *Consejo*, ve necesario crear un *Poder Público* junto a los otros ya existentes respecto a esa esfera de lo social. Con la que se pueden *recoger, dinámica e institucionalmente, las múltiples, abigarradas y pujantes energías, intereses y proyecciones, que imprimen las actividades de los medios y fenómenos tecno-comunicacionales en el seno de la Sociedad* (1998: 271). En ello se concretaría la sintética actuación de dicho *Poder Comunicacional*. Lo cual limitaría, como lo vislumbró Karl Popper en

su propuesta de una ley para la televisión en 1994, las restricciones de crear un poder de ese tipo en relación a los valores que encierra la democracia misma.

Se trata de repartir mejor el poder común de las comunicaciones y de un regreso del dominio empresarial de ellas al seno ¿igualitario? del Estado interventor, del cual se sabe la desidia y la sobrada incapacidad burocrática, limitada, sesgada y maniquea para hacer frente a las necesidades del individuo en ese mismo seno de la sociedad.

El *Poder Comunicacional* tendrá como fin diseñar y encauzar armónicamente las funciones y políticas ductoras del Estado en el marco de todas las actividades del universo tecno-comunicacional. Lo cual hoy en día todo ello está al menos inscrito en el instrumento de la Ley de Comunicaciones vigentes. Que se cumpla es función del Estado y no precisamente por la meritocracia de tales beneficios de la comunicación. Esto con la finalidad de establecer un equilibrio con los otros poderes constituidos en aras de que todo este instrumental técnico-comunicacional venga a realizar el *Bien Común*, que es cuando aparece dicho concepto en toda su reflexión y que nosotros exigíamos que se definiera antes que nada, y que englobaría dicha idea del bien común en torno a la comunicación y sus especulativos efectos maléficos.

Entre las finalidades, como lo hemos comentado antes, está el restablecer el uso coercitivo y la *eventual impotencia* de los Poderes del Estado ante la *avasallante* y *autárquica potestad de los medios y fenómenos tecno-comunicacionales*. A nuestro modo de ver las cosas, pareciera que el Estado actual estuviese desprovisto de tales instrumentos y que dicho Estado no fuese también, y muchas veces, un agente abusivo y manipulador respecto a la información, comunicación y emisión nada veraz que pasa a través de dichos canales. Pareciera sólo cambiar de amo y no de patrones de vida democrática. En fin, hay una preocupación por la defensa de la soberanía y majestad del Estado -cosa que nunca ha dejado de tener si se cumpliera a cabalidad nuestra carta constitucional- y no se vela ni da cabida a los intereses individuales que debería defender ese mismo Estado por lo cual está constituido. Los valores éticos y políticos que sostienen a una sociedad democrática no pueden ser ejercidos de manera unilateral, sólo por especialistas y meritocracias, sino por el conjunto de una pluralidad armoniosa basada en leyes que den cabida

“

Lo que exigimos es más poder y atención educativa individual civil de creación social y un menor intervencionismo del poder estatal de coerción y frustración individual.

”

a toda posibilidad de la *libre expresión*, disidente o consensual, por lo cual vendría a representarnos dicho Estado.

Si no se aceptase su propuesta unilateral sería, según MV, dirigimos hacia un *pandemonium comunicacional* de indefinibles signos e impredecibles consecuencias. El *satánismo* ya corrientemente esgrimido por el Estado ante los agentes de los medios se torna norma en la reflexión final de MV. Todo ello conduciría a un futuro de la Humanidad en peligro -¿acaso lo ha dejado de estar?: más peligroso es el arsenal nuclear y biológico que se alberga solapadamente y sin información ciudadana por muchos Estados. Ante ello hay un pesado e intocable silencio.

La consecuencia inmediata si ocurre el desligamiento oficialista respecto al dominio de los medios vendría a que “*el hombre habría perdido todo el poder para dominar el poder de los medios tecno-comunicacionales...y quedaría a merced de la potestad y designio de los mismos*” (1998:272). El problema está en la experiencia educacional personal y colectiva; quedamos al designio de los mismos si no tenemos y hemos construido, en tanto sociedad civil, *criterios personales* para establecer la distinción de la información y de la comunicación practicada. El problema no está en crear más Poderes sino en construir otro tipo de modelo educacional y cultural social acorde con la dinámica de la ciencia y de la técnica de las comunicaciones actuales requeridas por el individuo. Ahí es donde centramos nuestra propuesta. El mejoramiento de los individuos dará una mayor calidad de sociedad

y no tenemos que esperar vicariamente al ejercicio de un poder civil-episcopal por parte de un *Consejo Superior de las Comunicaciones*.

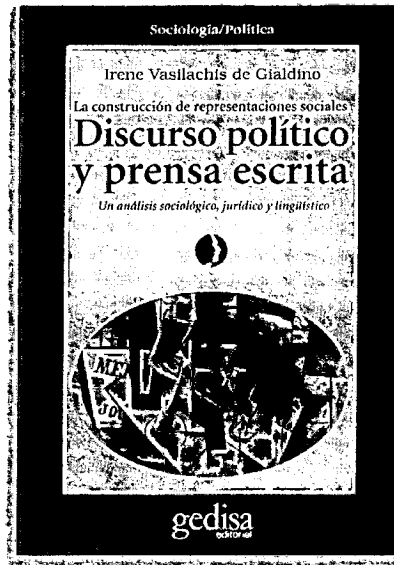
La constitución de ese otro poder frente a los poderes clásicos establecidos por Montesquieu viene a ser la panacea de toda esta reflexión. Para él es lo más pertinente a considerar debido a cómo vendrían a estar delineados casi todos los aspectos de nuestra vida por el ejercicio de dichos medios. Como si ello fuese ahora una novedad cuando ha sido siempre una condición humana mientras el hombre ha llegado a ser un hombre manipulador de símbolos y que para esto se ha servido desde las señales de humo o los dibujos rupestres hasta las señales digitales del Nuevo Mundo Cibernético en que habitamos. Lo que exigimos es más poder y atención educativa individual civil de creación social y un menor intervencionismo del poder estatal de coerción y frustración individual. En ello estaría posibilitada una mayor *libertad de expresión* a nivel comunal, nacional y planetario, donde las voces se escucharían más allá de nuestros propios oídos expresando un nivel de *logos* más autónomo que el recogido en valores escogidos por ciudadanos ¿*respetuosos* y morales? a dedo. A la final lo que se trata es de concertar intereses tanto sociales, grupales como individuales y en ello es que el papel del Estado ¿nacional o global? debería tener una posición tutora y mediadora, más no determinante.

■ **David De los Reyes**
Doctor en Filosofía
y profesor de la Universidad Central de Venezuela

Bibliografía

- Mayz Vallenilla, E. (1976): *Fenomenología del Conocimiento*. Equinoccio, Caracas.
- (1982): *El dominio del poder*. Ariel, Barcelona.
- (1983): *Ratio Technica*. Monte Ávila, Caracas.
- (1984): *El Sueño del futuro*. Ateneo de Caracas, Caracas.
- (1984): *El Ocaso de las Universidades*. Monte Ávila, Caracas.
- (1990): *Fundamentos de la Metatécnica*. Monte Ávila, Caracas.
- (1998): *Invitación al pensar el siglo XX*. Monte Ávila, Caracas.

El complejo entramado de relaciones entre la comunicación y la política, es analizado en profundidad en estas dos colecciones



Colección **Hombre y Sociedad**
Serie **CLA·DE·MA**

Comunicación y Política



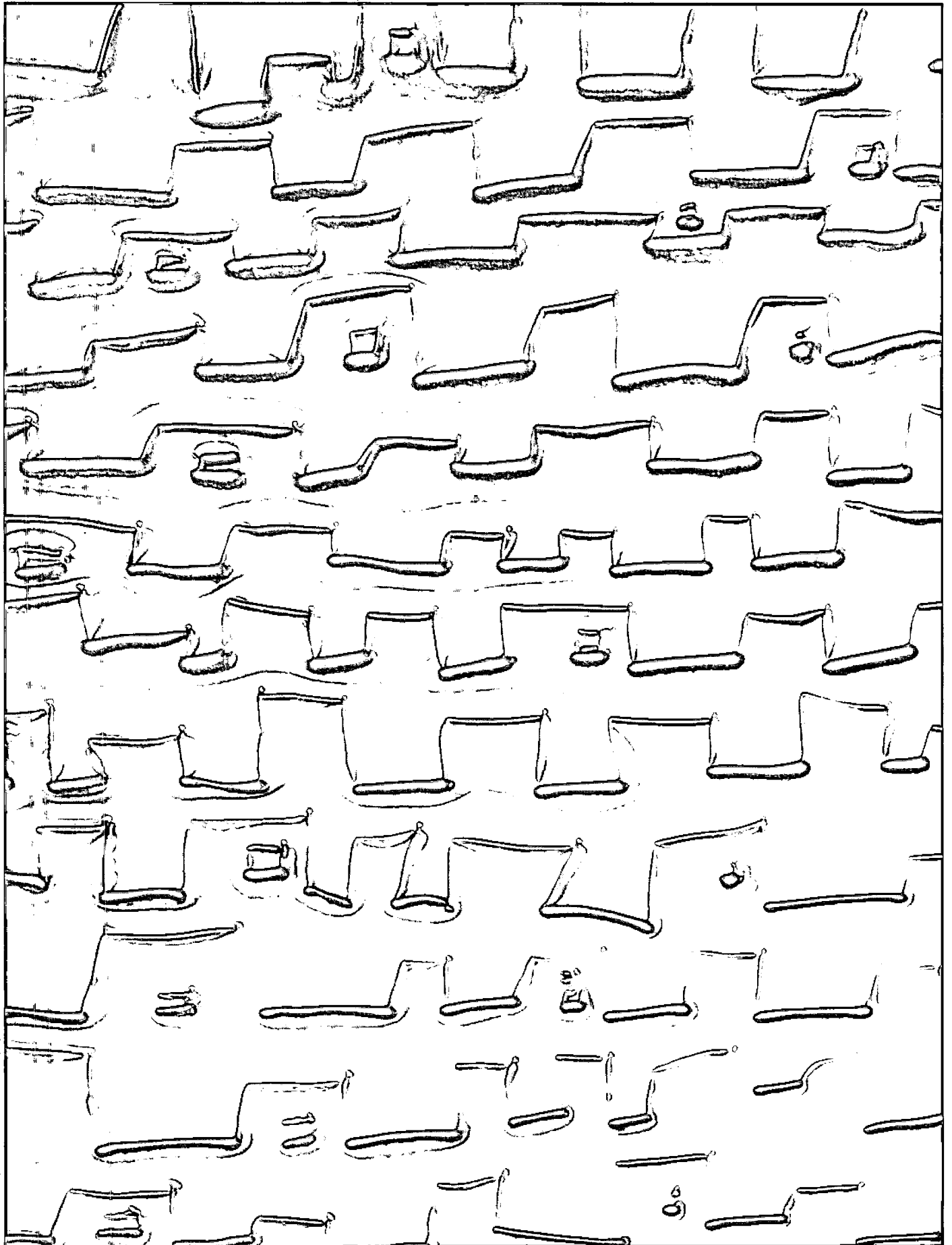
La única colección original en castellano con el prestigio de

gedisa editorial

Colección **EL MAMÍFERO PARLANTE**



Distribuye EDISA
Calle San Luis, Qta. La Prince
San Luis, El Cafetal.
1061 Caracas
58·212·9873459 edisa@telcel.net.ve



Galería de Papel. Char-Chan I. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert. (2003)

LA LIBERTAD de información

La libertad de información no es un subproducto de la libertad de expresión, sino uno de sus elementos fundamentales que, debido al desarrollo científico y tecnológico, y a las transformaciones experimentadas por la sociedad, ha crecido y ha adquirido una importancia tan destacada que, con frecuencia, se le presenta como si fuera un derecho autónomo y distinto de la libertad de expresión de que forma parte; en tal sentido, la Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia de Venezuela, a partir de los artículos 57 y 58 de la Constitución de Venezuela, que consagran la libertad de expresión y el derecho a la información en forma separada, ha sostenido que la información es un derivado de la libertad de expresión, pero con especificidad y autonomía propia¹.

Más que una libertad, éste es un derecho que concierne no sólo al sujeto activo del mismo, que transmite información o que la busca, sino que también al sujeto pasivo, que es el que la recibe. Porque si bien el debate público debe ser amplio, robusto y desinhibido, también debe estar basado en la información necesaria para que sea un debate inteligente y tenga sentido. La importancia política y práctica de esta dimensión de la libertad de expresión ha sido subrayada por la Corte Interamericana de Derechos Humanos, señalando que es posible afirmar que una sociedad que no esté bien informada no es plenamente libre². Sobre este particular, Lawrence Tribe ha observado que el gobierno puede influir en la opinión pública tanto por lo que dice como por lo que no dice, como se refleja de la experiencia del incidente del Golfo de Tonkin, de los papeles del Pentágono, del caso Watergate, o del escándalo Irán-Contra, en todos los cuales quedó de manifiesto que no puede haber un debate informado si el gobierno

Resumen

Partiendo de la aclaratoria de que la libertad de información no es un subproducto de la libertad de expresión, sino uno de sus elementos fundamentales, Héctor Faúndez Ledesma hace un amplio recorrido conceptual e histórico alrededor de este derecho que en varias oportunidades ha ocupado espacios en las discusiones de la Organización de las Naciones Unidas. Uno de los resultados de estas deliberaciones es el conocido Informe MacBride "Un solo mundo, voces múltiples", considerado como uno de los documentos primordiales en lo que a derecho a la información se refiere. En este trabajo el autor explora las relaciones entre información, secretos, democracia, interés público y derechos.

Abstract

The author takes as a starting point the idea that freedom of information is not a derivative of the freedom of expression but one of its fundamental components. Ledesma gives us a conceptual and historical review of this right that on several occasions has been a subject of debate in the United Nations. One of the spin offs from these debates was the well-known McBride Report "One World, Many Voices", considered to be one of the most important documents concerning the right to information. The article examines the relationships between information, secrets, democracy, public interest and rights.

■ Héctor Faúndez Ledesma

revela sólo trozos de información previamente escogida, y a veces distorsionada o falseada³.

Pero no es fácil trazar una línea fronteriza suficientemente nítida entre la expresión propiamente tal y la información entendida en el sentido amplio que se le ha atribuido. Según el Tribunal Constitucional español, los conceptos información y opinión aparecen frecuentemente entremezclados en la realidad social, sin que pueda establecerse una separación tajante entre ellos⁴.

Entre los antecedentes de este derecho, hay que mencionar que, inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial, e incluso mucho antes de la adopción de la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Organización de Naciones Unidas brindó gran atención a la libertad de información. En este sentido, la Asamblea General sostuvo -en su primera sesión- que la libertad de información es un derecho humano fundamental y que es la piedra de toque de todas las otras libertades a las cuales la Organización de Naciones Unidas está consagrada⁵; esa misma resolución autorizó la celebración de una Conferencia de Naciones Unidas sobre la libertad de información, la cual finalmente tuvo lugar en la ciudad de Ginebra, entre el 23 de marzo y el 21 de abril de 1948. Asimismo, la Comisión de Derechos Humanos de Naciones Unidas decidió, en su primera sesión, en 1947, establecer una Sub-Comisión sobre libertad de información y de prensa⁶, la que sin embargo no llegó a constituirse pues no se designó a sus integrantes. Además, el 1 de agosto de 1956, el Consejo Económico y Social de la ONU adoptó su resolución 624 B (XXII), estableciendo un sistema de informes periódicos sobre desarrollos en la esfera de los derechos humanos, los cuales debían presentarse cada tres años; destacando la importancia que se le ha atribuido a la libertad de información, en 1965, mediante la resolución 1074 C (XXXIX), este sistema fue reformado, y se decidió que los informes debían presentarse por partes, en un ciclo continuo de tres años, en el que el primer año había que informar sobre derechos civiles y políticos, en el segundo sobre derechos económicos, sociales y culturales, y en el tercer año correspondía informar sobre el derecho a la información. Este sistema fue nuevamente modificado en junio de 1971, mediante la resolución 1596 (L), disponiendo que esos informes debían presentarse cada dos años, en un ciclo continuo idéntico al anterior, en el

“

En un primer momento, las distintas instancias de la ONU mostraron un decidido interés en que se aprobaran “una o más convenciones encaminadas a asegurar en el mundo la libertad de información”, por lo que la Asamblea General designó a una comisión encargada de preparar un proyecto de convención.

”

que el primer informe sobre libertad de información debió presentarse en 1976.

En un primer momento, las distintas instancias de la ONU mostraron un decidido interés por que se aprobaran “una o más convenciones encaminadas a asegurar en el mundo la libertad de información”, por lo que la Asamblea General designó a una comisión encargada de preparar un proyecto de convención sobre libertad de información, tomando en consideración el proyecto elaborado por la conferencia de Naciones Unidas celebrada en marzo y abril de 1948, y recomendó al Consejo Económico y Social convocar a una conferencia de plenipotenciarios, a reunirse a más tardar el 1 de febrero de 1952, con el propósito de preparar y firmar una Convención sobre libertad de Información⁷. De esa conferencia surgió, entre otras cosas, el proyecto de Convención sobre el Derecho Internacional de Rectificación,⁸ y un proyecto de Convención sobre Libertad de Información; pero, hasta la fecha, no obstante el interés mostrado inicialmente por la ONU en lo que se refiere a la libertad de información, éste no se ha traducido en la adopción de una convención que se ocupe específicamente de esta materia. El proyecto de Convención sobre Libertad de Informa-

ción elaborado por la Conferencia sobre libertad de información fue revisado por un Comité establecido por la Asamblea General⁹ y sometido, posteriormente, a la consideración del Tercer Comité de la Asamblea General durante las sesiones de los años 1959, 1960 y 1961, lapso en el que se aprobó el preámbulo y algunos párrafos operativos, pero sin que volviera a discutirse en los años siguientes. Por otra parte, deseando garantizar la libertad de información como uno de los derechos humanos fundamentales, el Consejo Económico y Social de la ONU aprobó un proyecto de declaración sobre libertad de información¹⁰, el cual fue sometido a la Asamblea General sin que, hasta la fecha, ésta lo haya considerado. El mencionado proyecto de declaración señala que la libertad de información es esencial para el respeto de los demás derechos y libertades fundamentales, puesto que ninguna otra libertad está garantizada si no se pueden buscar, recibir y difundir informaciones libremente; además, según el Art. 1 del proyecto, el derecho de saber y el derecho de buscar libremente la verdad son derechos inalienables y fundamentales del hombre, y todas las personas, individual o colectivamente, tienen derecho a buscar, recibir y difundir informaciones. Esta misma declaración expresa, en su artículo 3, que los medios de información deben estar al servicio del pueblo, y que ningún gobierno, órgano o grupo de intereses públicos o privados deberán ejercer sobre los medios destinados a difundir información un control tal que impida la existencia de fuentes diversas de información o prive al individuo del libre acceso a esas fuentes.

Por otra parte, la Constitución de la UNESCO proclama el propósito de fomentar el conocimiento y la comprensión mutuas de las naciones, prestando su concurso a los órganos de información de masas, y que, con este fin, recomendará los acuerdos internacionales que estime convenientes para facilitar la libre circulación de las ideas por medio de la palabra y de la imagen.¹¹ Además, la Conferencia General de la UNESCO, en su 19º período de sesiones, celebrado en Nairobi en los meses de octubre y noviembre de 1976, enfatizó la relación entre la *información y la comunicación*¹², y le recomendó a su entonces Director General -el señor Amadou-Mahtar M'Bow-, realizar un examen general de los problemas relativos a la comunicación en la sociedad contemporánea, a la luz de los progresos tecnológicos y de la evolución creciente

de las relaciones mundiales en toda su complejidad y amplitud. Para llevar a cabo esta tarea, el señor M'Bow creó una Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, presidida por Sean MacBride, la cual presentó su informe definitivo en febrero de 1980, bajo el título *Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*¹³; en este informe se pone especial énfasis en lo que se denomina 'el libre flujo de la información' y 'el flujo libre y equilibrado de la información' a nivel internacional, dándole a la libertad de información una connotación distinta a la que había tenido hasta ese momento. Según este informe, la comunicación es un asunto de derechos humanos, que se refleja en el derecho a comunicarse, el cual va más allá del mero derecho a recibir comunicaciones o informaciones, pues se considera que ella es un proceso de doble sentido, en el que los participantes sostienen un diálogo democrático y equilibrado; esta idea de diálogo daría lugar a una nueva dimensión de los derechos sociales, en que el derecho a comunicarse surge como otro paso en el continuo avance hacia la libertad y la democracia. Pero si hay algo que puso de relieve el informe MacBride es la brecha que se está produciendo entre los que tienen acceso a la información y los que no tienen, no sólo como consumidores de información sino también como fuente de la misma. Esta misma noción ha sido subrayada por el politólogo estadounidense Joseph Nye, observando cómo algunas naciones han pasado de la supremacía nuclear a la supremacía de la información.

Cuando se lanzó ese concepto, la situación en el ámbito de la información y la comunicación se caracterizaba por desigualdades en la circulación de informaciones, y por los sentimientos que había despertado en los países en desarrollo lo que se percibía como una imagen falsa, deformada, e inexacta que se daba de su realidad nacional. Aunque esa reivindicación fue entendida y compartida por muchos, los medios de comunicación interpararon ese esfuerzo de la UNESCO como una voluntad más o menos confesada de atentar contra la libertad de información y la libre circulación de los mensajes y las ideas, lo cual condujo a la institución a sustituir sus planes por un Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, orientado a fomentar las capacidades endógenas de los países en desarrollo. Pero la decisión de la UNESCO de propiciar la instauración de un nue-

66

M'Bow creó una Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, presidida por Sean MacBride, la cual presentó su informe definitivo en febrero de 1980, bajo el título *Un solo mundo, voces múltiples*.

99

vo orden mundial de la información y de la comunicación, con el propósito de lograr una difusión más amplia y mejor equilibrada de la información, sin ninguna clase de obstáculos para la libertad de expresión, no ha sido abandonada y, muy por el contrario, ha sido reafirmada por la Conferencia General, en su resolución 104, del 15 de noviembre de 1989. En dicha resolución, se reafirma el propósito de contribuir, inter alia, a: a) reducir las desigualdades existentes en la circulación de información -a nivel internacional tanto como nacional- y las consecuencias derivadas de esas desigualdades, prestando mayor asistencia a la creación de la infraestructura y de la capacidad de comunicación en los países en desarrollo, promoviendo una mayor solidaridad en la circulación de la información, dando mayor impulso a los intercambios de informaciones y diversificando la circulación de información desde y hacia todas las sociedades y entre ellas; b) facilitar el acceso del público a la información en todas sus formas, incluida la información relativa a la ciencia y la técnica, mediante fuentes y medios de información diversos y fácilmente accesibles; c) proporcionar a los medios de comunicación públicos, privados y de otro tipo de los países en de-

sarrollo, condiciones y recursos que les permitan fortalecerse, consolidar su independencia, extender su campo de acción y cooperar, tanto entre sí como con los medios de comunicación públicos y privados de los países industrializados, en un plano de estricta igualdad y respeto mutuo; y d) subrayar la contribución que pueden aportar los medios de comunicación al desarrollo económico, social y cultural, y a la lucha contra la intolerancia y todas las formas de discriminación. En tal sentido, sin abandonar el objetivo global que se había fijado, la Conferencia General dio su aprobación a la nueva estrategia de la comunicación elaborada por el Consejo Ejecutivo de la UNESCO, a fin de explorar nuevas vías para lograr paulatinamente un equilibrio en la circulación de la información; esta estrategia, al tiempo que reconoce la legitimidad de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, consiste en fomentar la formación de profesionales de la comunicación, así como las condiciones de una educación relativa a los medios de comunicación, la cual daría prioridad al desarrollo del espíritu crítico de los usuarios y de la facultad de reacción de las personas y los pueblos ante cualquier forma de manipulación, favoreciendo la correcta comprensión de los medios de que disponen los usuarios para defender sus derechos. En el marco de esta nueva estrategia, en el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación se abordan los siguientes temas: a) la libre circulación de la información y la solidaridad, b) la comunicación al servicio del desarrollo, c) las repercusiones socioculturales de las nuevas tecnologías de la comunicación, y d) la comunicación al servicio de la humanidad. La UNESCO ha puesto especial énfasis en este último sub-programa, destinado a facilitar en todo el mundo la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen, favoreciendo una difusión más amplia y mejor equilibrada de la información, sin ningún obstáculo a la libertad de expresión, y estableciendo nexos entre la comunicación y el desarrollo de las sociedades¹⁵.

En el marco del Derecho Internacional de los Derechos Humanos, de la variada gama de derechos que conforman la libertad de expresión se desprende, como uno de sus aspectos particulares, el derecho a la información, el cual comprende el *buscar, recibir, y difundir* informaciones e ideas de toda índole; en realidad, si hay algún desequilibrio en el tratamiento que los distintos instrumentos internacio-

nales de derechos humanos hacen de la libertad de expresión, el mismo se refleja en el énfasis que en ellos se ha puesto precisamente en el derecho a la información. En opinión de Rodolfo Piza, este derecho implica “la libertad de difundir, no sólo el pensamiento, la opinión, la imaginación o la inspiración propios, sino también los ajenos”¹⁶.

Pero, mientras que la libertad de expresión propiamente tal ha sido recogida y garantizada -en forma más o menos adecuada- por los textos constitucionales de la inmensa mayoría de los Estados, la libertad de información no ha tenido la misma fortuna y no siempre se encuentra expresamente reconocida por el Derecho interno estatal. En este sentido, en el caso del Art. 58 de la Constitución de Venezuela, llama la atención el énfasis que se ha puesto en el derecho a *recibir* información, pero sin que haga mención del derecho a *buscar y difundir* información, particularmente de fuentes oficiales, aspecto que es considerado en el Art. 143, en un capítulo distinto de la Constitución, referido al Poder Público; asimismo, llama la atención que el derecho a la información se presente no como un derecho que se tiene frente al Estado, sino que frente a los medios de comunicación, confiriéndole una connotación distinta de la que es propia de las libertades públicas.

Según Türk y Joinet, la palabra ‘*información*’ tiene muchas acepciones y, como elemento de poder económico, político, o militar, es un producto que se puede comercializar, y que está al alcance de los ricos pero que es poco asequible para el resto de la población; la diversidad de significados de esta expresión exige prudencia cuando se utiliza en el debate sobre los derechos humanos, por lo que su significado preciso debe determinarse concretamente, teniendo en cuenta todas las circunstancias del caso, a partir del principio de que cada persona debe tener acceso a todos los tipos de información. En su sentido jurídico, la información es objeto de reglamentación en distintas ramas del Derecho, comenzando por el Derecho de propiedad intelectual, el derecho aplicable a los medios de comunicación, etc., pero sin excluir varias otras¹⁷. Sobre este particular, el tribunal Constitucional español ha observado que, “como todos los derechos fundamentales, el que consiste en comunicar o recibir libremente información no es absoluto, pues su ejercicio se justifica en atención a la relevancia social de aquello que se comunica y recibe, para poder así contribuir a la for-

66

En el caso del Artículo 58 de la Constitución de Venezuela, llama la atención el énfasis que se ha puesto en el derecho a recibir información, pero sin que haga mención del derecho a buscar y difundir información, particularmente de fuentes oficiales, aspecto que es considerado en el Artículo 143, en un capítulo distinto de la Constitución, referido al Poder Público.

99

mación de la opinión pública”¹⁸. Según el tribunal, el ejercicio legítimo del derecho a difundir información exige la necesaria concurrencia de unos requisitos mínimos: a) el interés y la relevancia de la información divulgada, y b) la necesidad de que la información sea veraz¹⁹.

En lo que se refiere a su alcance, la libertad de información, en cuanto derecho del individuo que le permite *buscar, recibir, y difundir* información, reviste una importancia destacada para evaluar el carácter más o menos democrático de las instituciones del Estado. En efecto, en lo que concierne a la actividad de los distintos órganos del Estado, la libertad de información se encuentra en la raíz misma de una sociedad abierta y democrática, en oposición a un gobierno despótico, receloso de la ciudadanía -y en el que prevalecen el secreto y la propaganda oficial-, reservando la información sobre asuntos de interés público para un círculo íntimo que administra el Estado como un feudo privado. Además de ser un derecho de toda persona, la libertad de información contribuye de manera significativa con la administración del Estado, aportando datos valiosos al proceso de toma de decisiones y mejorando la calidad de las mis-

mas; en efecto, la libertad de información hace posible la intervención de todos los ciudadanos interesados en el proceso de toma de decisiones, enriqueciéndolo y sacándolo de un círculo cerrado, ajeno a los problemas del mundo real. Pero el derecho a la información también contribuye a hacer que el gobierno no sólo opere abiertamente y a la vista de todos, sino que también hace a sus funcionarios verdaderamente responsables por las decisiones que adopten.

El derecho a la información implica, para el Estado, la obligación de no destruir los archivos y documentos que puedan resultar inconvenientes para el gobierno, pero que contienen información oficial y de interés público, sino que, por el contrario, tiene el deber de preservarlos celosamente. Sin duda, el conservar los documentos públicos y facilitar el acceso a los mismos hace posible la investigación histórica y contribuye a reconstruir nuestro pasado; pero la razón primordial para conservarlos es que ellos forman parte del dominio público y no pueden destruirse caprichosamente. Es precisamente la disponibilidad y accesibilidad de esa información pública la que permite ejercer un control directo sobre los actos del Estado, evitando el secreto y la clandestinidad en que se refugian el delito y la corrupción. Desde luego, hay información que, por su sensibilidad, el Estado tiene el derecho a evitar que, temporalmente, llegue a conocimiento público. Pero, en una sociedad democrática, ese tipo de restricción al derecho a la información debe ser la excepción y no la regla; además, la reserva de acceso a información clasificada como confidencial o secreta tampoco puede ser eterna, eludiendo, en esa forma, el control que la ciudadanía tiene derecho a ejercer sobre los actos del Estado, aunque sea a posteriori.

Según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, toda persona tiene derecho a acceder a la información sobre sí misma o sobre sus bienes en forma expedita y no onerosa, ya sea que ella esté contenida en bases de datos, registros públicos o privados, y de ser necesario tiene, igualmente, derecho a actualizarla, rectificarla, o enmendarla. En opinión de la Comisión, el acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos²⁰. En el caso *Ivcher Bronstein*, la Corte Interamericana observó que la resolución que dejó sin efecto legal el título de nacionalidad del señor Ivcher constituyó un medio indirecto para restringir su libertad de expresión,

así como la de los periodistas que laboraban e investigaban para el programa Contrapunto del canal 2 de la televisión peruana y que, al separar al señor Ivcher del control del canal 2, y al excluir a los periodistas del programa Contrapunto, el Estado no sólo restringió el derecho de éstos a circular noticias, ideas y opiniones, sino que afectó también el derecho de todos los peruanos a recibir información, limitando así su libertad para ejercer opciones políticas y desarrollarse plenamente en una sociedad democrática, en violación de los artículos 13 N° 1 y 13 N° 3 de la Convención Americana²¹.

Como se puede apreciar, hay una relación muy estrecha entre la libertad de información y el secreto; este último no sólo es la negación de la primera sino que, como sostiene Ranelagh, "el secreto y la ineficiencia han ido de la mano y ésta es la verdadera razón por la cual deberíamos preocuparnos por el secreto y la disponibilidad de información. No podemos asumir que el gobierno y los funcionarios públicos siempre harán lo mejor o conocerán mejor lo que es conveniente hacer; no deberíamos permitir que el pequeño número de personas que ha comprometido su vida a la política continúe seleccionando el talento y desplegando los recursos de la nación sin más información, debate y desafío"²².

La trascendencia política de la libertad de información en una democracia representativa -esto es, del derecho del público a saber qué está haciendo el gobierno- es indiscutible. La ausencia de libertad de información lesiona seriamente el proceso democrático, ya sea porque obstaculiza un debate serio e informado previo a cualquier toma de decisión, o porque oculta la ineptitud e incompetencia -si no la corrupción- de quienes las adoptan. Por lo tanto, el derecho a buscar y recibir información de interés público no es sino el reconocimiento de que, en una sociedad democrática, en última instancia, el poder reside en la ciudadanía y no en un grupo de políticos o burócratas insensibles a las aspiraciones e intereses de la población. La información oficial no puede ser tratada como si fuera propiedad del gobierno, asumiendo que ella no le concierne a los particulares; se trata de un derecho individual, y no es al gobierno a quien le corresponde decidir -según su conveniencia- qué comunicar a la población, o en qué momento hacerlo.

Como expresó un funcionario del Ministerio de Defensa de Inglaterra, que fue procesado por transmitir a un Miembro

“

No cabe duda que, en ocasiones, el propio interés público hace necesario que cierto tipo de información se mantenga en secreto, y que ella sea conocida sólo por un muy reducido grupo de funcionarios del Estado.

”

del Parlamento documentos confidenciales sobre la guerra de Las Malvinas,

La libertad de información también tiene que ver con la calidad de la democracia. Hace surgir la pregunta de si la democracia es simplemente cuestión de poner una cruz sobre una papeleta electoral cada cuatro o cinco años, y dejar a un pequeño grupo de un ciento de políticos y funcionarios públicos del más alto rango gobernar la nación y, ocasionalmente, decirle al resto de nosotros lo que están haciendo, poniendo en circulación alguna información en respaldo de sus decisiones. Con libertad de información podemos tener una democracia mejor informada, en la cual los grupos de presión y los individuos puedan cuestionar más efectivamente lo que se está haciendo en su nombre, e influir en esas decisiones antes de que ellas se adopten ²³.

No cabe duda que, en ocasiones, el propio interés público hace necesario que cierto tipo de información se mantenga en secreto, y que ella sea conocida sólo por un muy reducido grupo de funcionarios del Estado. Según John Ranelagh, el área en que el Estado requiere del secreto para la conducción de sus asuntos incluye los secretos militares y de inteligencia, algunos aspectos estratégicos de la política económica del Estado, lo concerniente a la actividad policial (probablemente sus

aspectos operacionales), y detalles de la política exterior y la diplomacia. Esta información constituiría lo que él denomina "secretos democráticamente sancionados"²⁴. Sin embargo, aun cuando la ciudadanía pueda aceptar la confidencialidad de la información en algunas esferas, las excepciones o restricciones a la libertad de información deben estar cuidadosamente circunscritas a aquellas áreas más sensibles de la actividad del Estado -tales como ciertos aspectos de la actividad militar o diplomática-, no pudiendo interpretarse de manera extensiva; en consecuencia, la regla general es que -a menos que el gobierno demuestre la existencia de poderosas razones que puedan aconsejar proceder de otra forma- toda información oficial debe ser fácilmente accesible para cualquier persona, quien puede difundirla y comentar libremente sobre la misma.

Así expuesto el fundamento de la libertad de información -en cuanto parte integrante de la libertad de expresión- debe admitirse que ella no está diseñada sólo en función de los intereses de quien procura divulgar información, opiniones o ideas; la sociedad como un todo, también tiene interés en el libre flujo de la información más completa posible. Pero aquí nos interesa examinar la libertad de información como un derecho individual; de hecho y de Derecho, toda persona a quien se le impide el acceso a la información, o a las opiniones o ideas de otro, es víctima de una violación de la libertad de expresión.

Por otra parte, un aspecto no menos importante de la libertad de información radica en que, por sus características, ella puede ejercerse directamente por cada individuo, o delegarse -en forma tácita- en las instituciones y empresas cuya actividad esencial gira en torno a la comunicación e información. En este sentido, los periodistas y los medios de comunicación de masas desempeñan un papel crucial tanto en la investigación y recopilación de información como en la difusión de la misma, prestando un servicio público invaluable.

El derecho a recibir información, particularmente de los órganos del Estado, ha sido objeto de importantes comentarios en el sistema interamericano de protección de los derechos humanos. La existencia, en el pasado reciente, de una política de represión en gran escala, que se tradujo en ejecuciones sumarias y en miles de personas desaparecidas después de haber sido detenidas por policías o mili-

tares, seguidas posteriormente de leyes de amnistía que impiden establecer las circunstancias en que esas personas perdieron la vida o desaparecieron, ha llevado a reclamar el derecho a la verdad, y a la constitución de comisiones nacionales cuya función ha sido precisamente investigar esas atrocidades y establecer la verdad ²⁵.

En el Derecho interno de los Estados, no son pocos los textos que han recogido el derecho a la información como un derecho del individuo frente al Estado; por ejemplo, el Art. 48 de la Constitución de Portugal dispone que todos los ciudadanos tienen derecho a que se les informe, de forma clara y objetiva, de los actos del Estado y demás entidades públicas, y a ser informados por el gobierno y otras autoridades de la gestión de los asuntos públicos. Asimismo, la Constitución de Sudáfrica dispone, en su Art. 32, que toda persona tiene el derecho de acceso a) a cualquier información que tenga el Estado, y b) a cualquier información que esté en poder de otra persona y que sea necesaria para el ejercicio o la protección de los derechos individuales; no obstante la diferencia que se puede apreciar entre los párrafos a) y b) del artículo antes citado, en una de sus disposiciones transitorias, se establece que, mientras se dicta la legislación indispensable para hacer efectivo este derecho, la disposición anterior debe entenderse confiriendo a toda persona el derecho de acceso a toda información que tenga el Estado, o cualquiera de sus órganos en cualquiera de las esferas del gobierno, siempre que dicha información sea requerida para el ejercicio o la protección de cualquiera de los derechos individuales. En el mismo sentido, en el Derecho venezolano, la Constitución de 1999, además de lo previsto en los artículos 57 y 58 a que ya se ha hecho referencia, el Art. 143 establece que los ciudadanos tienen derecho a ser informados oportuna y verazmente por la administración pública, sobre el estado de las actuaciones en que estén directamente interesados, y a conocer las resoluciones definitivas que se adopten sobre el particular; asimismo, se les reconoce el derecho de acceso a los archivos y registros administrativos, sin perjuicio de los límites aceptables dentro de una sociedad democrática en materias relativas a seguridad interior y exterior, a investigación criminal, y a la "intimidación de la vida privada" (sic), de conformidad con la ley que regule la materia de clasificación de documentos de contenido confidencial o secreto. Con una

“

En el Derecho interno de los Estados, no son pocos los textos que han recogido el derecho a la información como un derecho del individuo frente al Estado; por ejemplo, el Artículo 48 de la Constitución de Portugal dispone que todos los ciudadanos tienen derecho a que se les informe, de forma clara y objetiva, de los actos del Estado y demás entidades públicas.

”

redacción muy peculiar, y no exenta de comentarios, esta misma disposición agrega que "no se permitirá censura alguna a los funcionarios públicos... que informen sobre asuntos bajo su responsabilidad". En una exposición de motivos de la Constitución²⁶, se expresa que "esta Constitución reconoce el *habeas data* o el derecho de las personas de (sic) acceso a la información que sobre sí mismas o sobre sus bienes consten en registros oficiales o privados, con las excepciones que establezca la ley. El *habeas data* incluye el derecho de las personas de conocer el uso que se haga de tales registros y su finalidad, y de solicitar ante el tribunal competente su actualización, rectificación o destrucción, si fuesen erróneos o afectasen ilegítimamente sus derechos"²⁷. Aunque el párrafo antes citado no indica a qué artículo se refiere, lo más cercano a lo que la doctrina ha identificado como el recurso de *habeas data*, aunque sin utilizar dicha denominación, se encuentra precisamente en el Art. 143 de la Constitución. Sin embargo, en esta disposición no hay ninguna referencia a varios de los aspectos que, según la mencionada exposición de motivos, estarían protegidos por la nueva Constitución venezolana; por ejemplo,

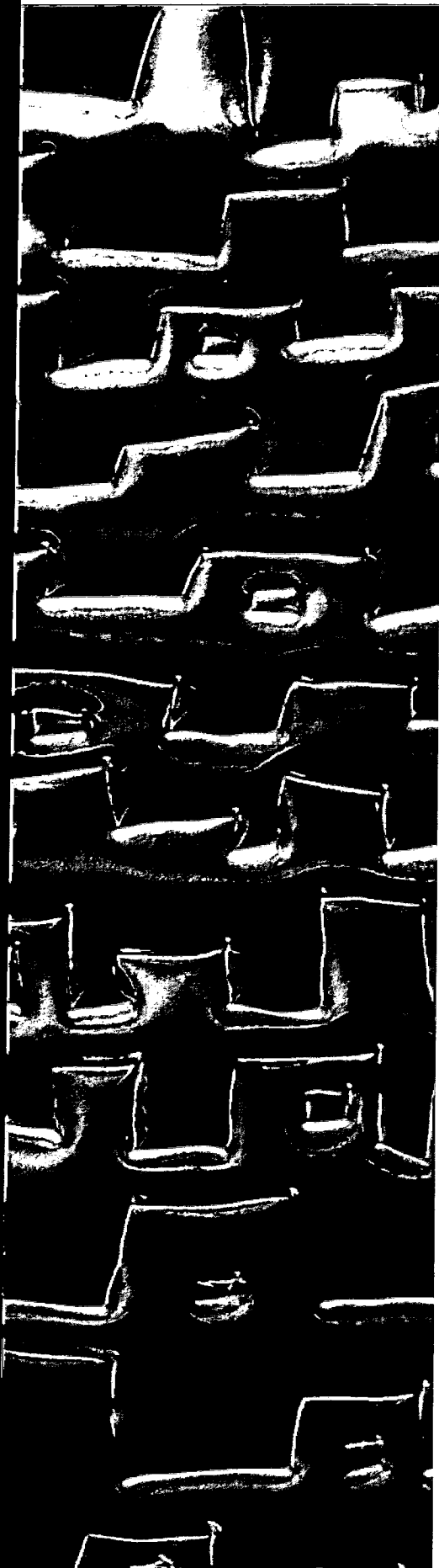
el Art. 143 no se refiere al acceso a registros privados, ni tampoco se señala -ya sea en forma explícita o implícita-, que la persona tiene derecho a solicitar la actualización, rectificación, o incluso la destrucción de la información existente en registros oficiales o privados, cuando esa información fuese errónea o afectase ilegítimamente los derechos de la persona²⁸.

Por otra parte, uno de los componentes de este derecho ha sido identificado como el derecho a la comunicación. Con frecuencia, con esta expresión, que ya había sido utilizada por la UNESCO en un sentido más amplio²⁹, se pone énfasis en el sujeto activo del mismo; es decir, en aquel que pretende difundir informaciones, y no necesariamente en el sujeto receptor de las mismas. A título ilustrativo, aunque la Constitución de Venezuela sólo se refiere a las libertades de expresión e información, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, aprobada por la Comisión Legislativa Nacional el 1 de junio del año 2000, expresa en su Art. 1 que ella tiene por objeto "establecer el marco legal de regulación general de las telecomunicaciones, a fin de garantizar el derecho humano de las personas a la comunicación y a la realización de las actividades económicas de telecomunicaciones necesarias para lograrlo"³⁰; al respecto, es importante subrayar que el Art. 12 N° 3 de la ley que comentamos menciona, entre los derechos del usuario, el derecho a "ejercer individual y colectivamente su derecho a la comunicación libre y plural a través del disfrute de adecuadas condiciones para fundar medios de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro". Además, el Art. 15, N° 1, de la citada ley señala que los operadores de servicios de telecomunicaciones tienen el deber de "respetar los derechos de los usuarios establecidos en la Constitución y en la ley, a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen..." En consecuencia, según se desprende de estas disposiciones, el derecho a la comunicación correspondería a los operadores de servicios de telecomunicaciones, mientras que los usuarios de dichos servicios serían titulares del derecho a la información.

■ **Héctor Faúndez Ledesma**
Doctor en Derechos Humanos
Profesor de la UCV

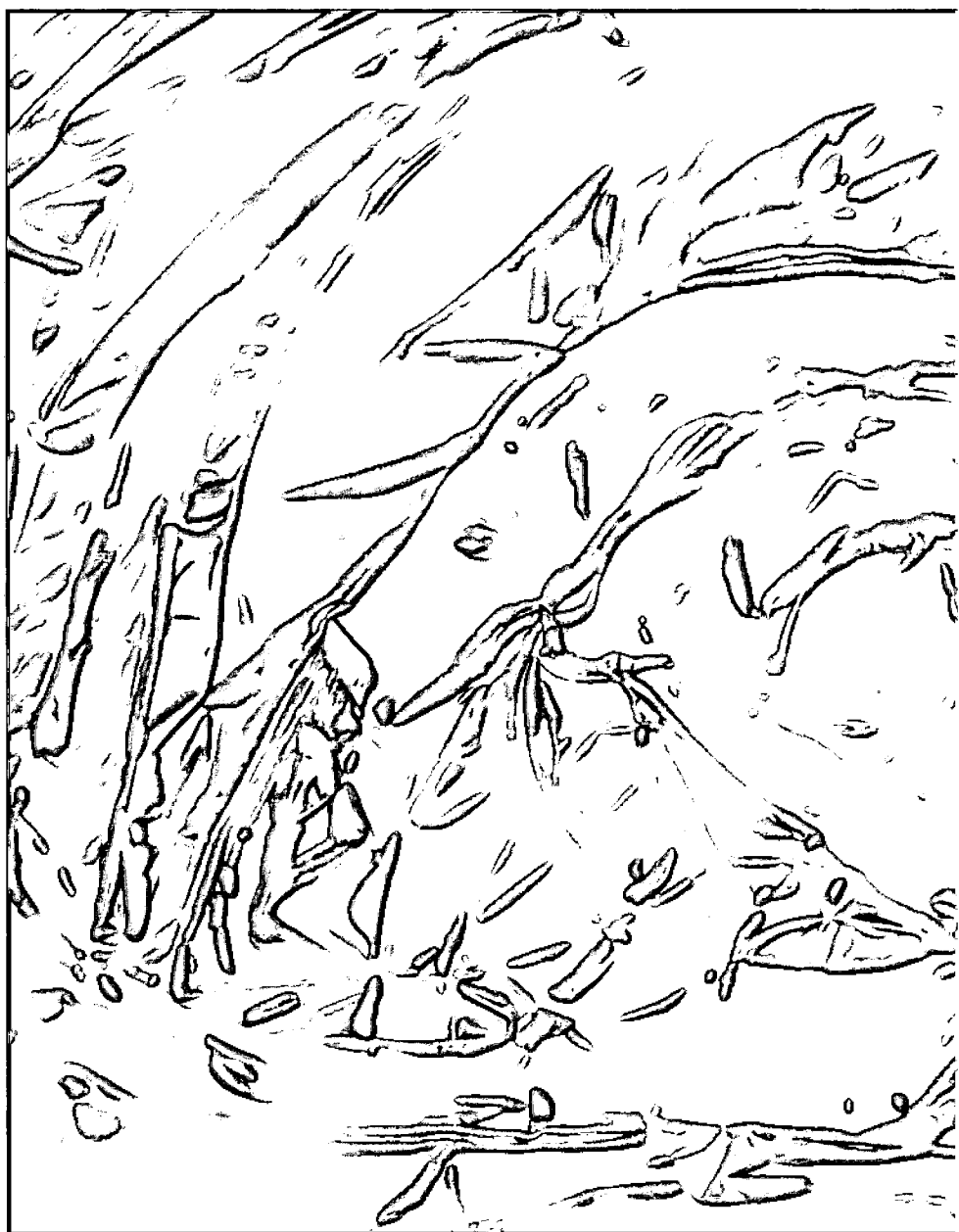
Notas y referencias bibliográficas

- 1 Tribunal Supremo de Justicia, Sala Constitucional, Amparo Constitucional de Elías Santana c. Hugo Chávez Frías y Teresa Maniglia, sentencia del 12 de junio de 2001.
- 2 Cfr. Corte Interamericana de Derechos Humanos, La Colegiación obligatoria de periodistas (Arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos), Opinión Consultiva OC-5/85, del 13 de noviembre de 1985, párrafo 70.
- 3 Cfr. American Constitutional Law, second edition, The Foundation Press, Inc., Mineola, New York, 1988, p. 813.
- 4 Cfr. la sentencia N° 173/1995, del 21 de noviembre de 1995, recaída en el recurso de amparo N° 2339/1994, y publicada en el Boletín Oficial del Estado del 28 de diciembre de 1995, N° 310 (suplemento).
- 5 Resolución 59 (I), del 14 de diciembre de 1946.
- 6 Cfr. E/259, p. 4.
- 7 Cfr. la Resolución de la Asamblea General N° 426 (V), del 14 de diciembre de 1950.
- 8 Suscrita el 16 de diciembre de 1952, y en vigor desde el 24 de agosto de 1962.
- 9 Cfr. el párrafo 1 de la parte resolutive de la resolución de la Asamblea General N° 426 (V), del 14 de diciembre de 1950.
- 10 Cfr. la resolución del ECOSOC No. 756 (XXIX), del 21 de abril de 1960.
- 11 Cfr. el Art. I, párrafo 2, letra a), de la Constitución de la UNESCO.
- 12 Mientras el concepto de 'información' se refiere a los signos y mensajes codificados, transmitidos unilateralmente por un emisor a un receptor, la 'comunicación' correspondería a la complejidad de los fenómenos de intercambio, de todo tipo, que se producen por medio de signos o símbolos entre los individuos y los grupos. Es decir, mientras la 'comunicación' es el proceso de transferencia de un mensaje, la 'información' sería el mensaje mismo.
- 13 La versión en castellano de este informe, con el título antes señalado, ha sido publicada conjuntamente por el Fondo de Cultura Económica y la UNESCO, México y París, 1980, 508 pp.
- 14 Cfr. Sean MacBride y otros, *Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica / UNESCO, México / París, 1980, p. 172.
- 15 Cfr. la resolución 104, La comunicación al servicio de la humanidad, aprobada por la Conferencia General de la UNESCO el 15 de noviembre de 1989.
- 16 Corte Interamericana de Derechos Humanos, La Colegiación obligatoria de periodistas (Arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos), Opinión Consultiva OC-5/85, del 13 de noviembre de 1985, párrafo 4 de su opinión separada.
- 17 Cfr. E/CN.4/Sub.2/1992/9, del 14 de julio de 1992, El derecho a la libertad de opinión y de expresión, Informe final preparado por Danilo Türk y Louis Joinet, Relatores Especiales, párrafo 13.
- 18 Sentencia N° 173/1995, del 21 de noviembre de 1995, recaída en el recurso de amparo N° 2339/1994, y publicada en el Boletín Oficial del Estado del 28 de diciembre de 1995, N° 310 (suplemento).
- 19 Cfr. ibidem.
- 20 Cfr. la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión, aprobada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos durante su 108° período de sesiones, celebrado en Washington D.C., del 2 al 20 de octubre de 2000, párrafos 3 y 4 de la parte declarativa.
- 21 Cfr. Corte Interamericana de Derechos Humanos, caso Ivcher Bronstein (Baruch Ivcher Bronstein vs. Perú), sentencia de 6 de febrero de 2001, párrafos 162, 163, y 164.
- 22 "Secrets, supervision and information", en *Freedom of information... freedom of the individual?*, compilado por Julia Neuberger, Papermac, a division of Macmillan Publishers Limited, Londres, 1987, pp. 22 y sig.
- 23 Clive Pontin, funcionario del Ministerio de Defensa Británico, en "Secrecy and freedom of information", en *Freedom of information... freedom of the individual?*, compilado por Julia Neuberger, Papermac, a division of Macmillan Publishers Limited, Londres, 1987, pp. 17 y sig.
- 24 "Secrets, supervision and information", en *Freedom of information... freedom of the individual?*, compilado por Julia Neuberger, Papermac, a division of Macmillan Publishers Limited, Londres, 1987, pp. 19 y sig.
- 25 Cfr., por ejemplo, el *Informe de la Comisión Nacional de Verdad y Reconciliación*, creada en Chile por Decreto Supremo N° 355, del 25 de abril de 1990, o el Informe de la Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas, creada en Argentina por decreto del Presidente de la República Raúl Alfonsín, el 15 de diciembre de 1983.
- 26 Publicada en la Gaceta Oficial del 24 de marzo de 2000, aprobada por la Asamblea Nacional Constituyente después que la Constitución ya había sido aprobada mediante referéndum y, por lo tanto, después de que dicha Asamblea ya había cesado en sus funciones.
- 27 Cfr. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 5.453 Extraordinario, de 24 de marzo de 2000, pág. 2.
- 28 Aunque, entre las atribuciones del Defensor del Pueblo, el Art., 281 N° 3 de la Constitución incluye la de interponer las acciones de 'habeas data', tampoco se señala específicamente cuál es la disposición que consagra este derecho, ni se incluye posibilidades que vayan más allá de lo expresamente previsto por el Art. 143 de la Constitución.
- 29 Cfr. Sean MacBride y otros, *Un solo mundo, voces múltiples: Comunicación e información en nuestro tiempo*, Fondo de Cultura Económica / UNESCO, México / París, 1980.
- 30 No obstante haber sido objeto de serias objeciones por parte de la industria de la radio y la televisión, dicha ley fue finalmente promulgada el 12 de junio de 2000, en la forma aprobada por la Comisión Legislativa Nacional (la cual no tenía existencia en el texto constitucional recientemente aprobado), y fue publicada en la Gaceta Oficial de la misma fecha.

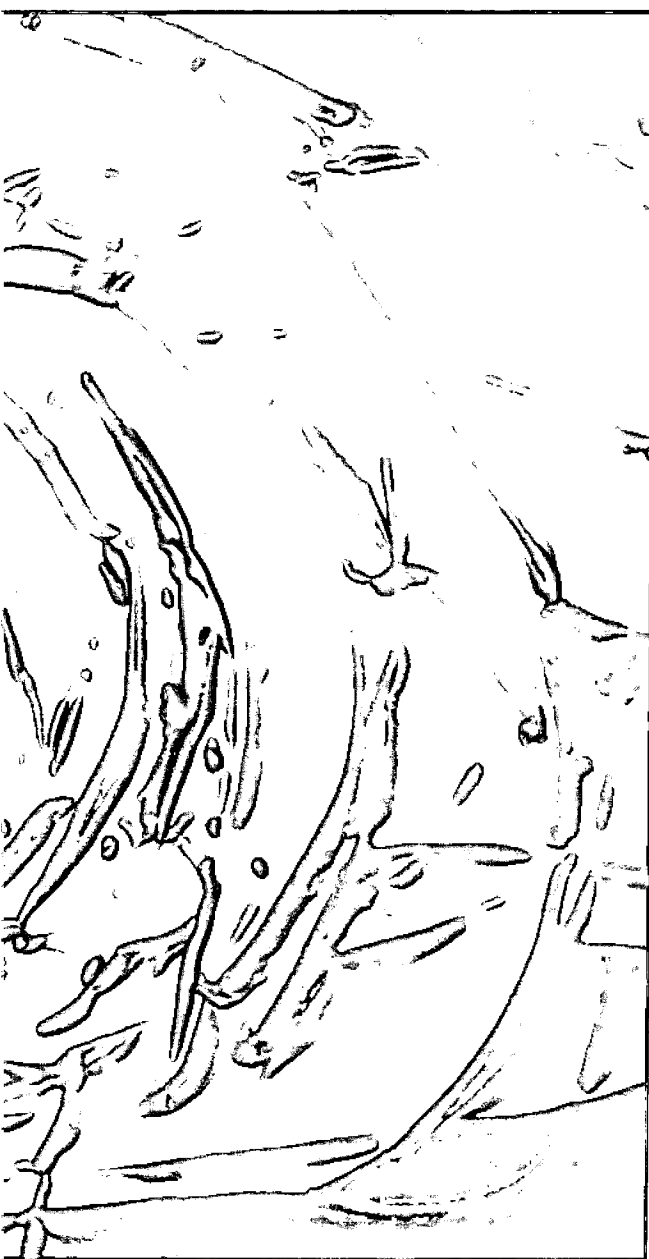


Resumen

Hasta los años 80 las políticas culturales dedicadas a las organizaciones indígenas eran emanadas desde los Estados; sin embargo, a partir de los 90, con el impulso de todo el movimiento generado a raíz de la conmemoración del “descubrimiento”, se empiezan a plantear nuevos espacios de intercambio promovidos por las propias organizaciones. En el escenario de la globalización, Internet ha formado parte fundamental en estas nuevas alternativas de comunicación ideadas por las comunidades indígenas que han comprendido la importancia de la construcción simbólica de los imaginarios públicos. Gloria Monasterios estudia en este trabajo diversos espacios virtuales, redes, proyectos de documentación y listas de correos sostenidos por comunidades indígenas y sus colaboradores



Usos de Internet por Organizaciones Indígenas de Abya Yala en políticas



Galería de Papel. Cetermi I. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

Abstract

Until the 1980s cultural policies related to indigenous organizations emanated from governments. However, at the beginning of the 1990s with the impetus of the movement that arose from the 500th anniversary of the discovery of the New World, indigenous groups began to find new spaces to promote their struggle. With the globalization of media and communications the Internet has become a fundamental part of new communicational alternatives that the indigenous communities have embraced in the construction of "imaginary publics". In this article Gloria Monasterios surveys the different virtual spaces, networks, documentation projects and the mail listings used by indigenous communities and their collaborators.

□ Gloria Monasterios

Para una alternativa comunicacionales

Es innegable a estas alturas la fuerte lucha que han enfrentado los diversos pueblos indígenas de la llamada "América"¹ para ganarse un lugar en la construcción de imaginarios públicos bien sean nacionales, internacionales, transnacionales o globales. En la construcción de estos imaginarios, las organizaciones indígenas (OI) han hecho uso tanto de políticas de construcción simbólica (políticas culturales) como de políticas de *circulación* de estas construcciones (a las que llamaré políticas de comunicación).

Si bien las políticas culturales y hasta cierta medida, también las comunicacionales, hasta mediados de los años 80 eran emanadas básicamente por los Estados Nacionales (quienes tenían un papel protagónico en la construcción de los referentes políticos, simbólicos y territoriales, tomando algunas representaciones de lo que se consideraba indígena y asumiéndolo como símbolos nacionales) ahora este panorama está cambiando con buenos resultados. De hecho, en la década de los noventa, cuando se produce el "boom" en los discursos de reivindicación de diversas identidades indígenas a raíz de las celebraciones en torno al llamado "descubrimiento", se plantean espacios de intercambios emanados de las propias organizaciones indígenas en donde se pone de relieve el valor de la *autodeterminación indígena* como manera de "descolonializarse": la búsqueda de generar su propio camino, el derecho a darse sus propias estructuras de vida, la preservación de sus cosmovisiones, del medio ambiente y de sus territorios.

El desarrollado uso de Internet por parte de las OI, y sobre todo la conciencia adquirida por algunas de éstas en torno a las construcciones simbólicas, intercambios, formas y alcances de la circulación de sentidos a través de Internet, particularmente en los últimos 5 años, es un ejemplo determinante y alternativo del cambio de dinámica de los principales emisores de las políticas culturales y de comunicación: de los Estados nacionales a los actores sociales *organizados*.

Todo esto en el contexto de la significación acelerada de interconexiones (procesos de globalización), las cuales no se dan en igualdades de poder ni de decisión, sino en el marco de relaciones disímiles "entre alternativas y poder de algunos y las oportunidades de otros" (Escobar, 1998: 400). En el caso de este artículo, el análisis se centrará en torno a las políticas de comunicación en Internet de

“

Con el mayor uso de Internet por parte de los Pueblos Indígenas, las identidades étnicas toman mucha mayor importancia. Personas que formalmente no pertenecían a un grupo indígena, redescubren su herencia étnica.

”

las OI de Abya Yala, tomando como base el estudio de 48 espacios virtuales² sostenidos por OI, 2 redes de/para las OI, el proyecto de documentación mapuche Ñuke Mapu, la lista de correo de la Red Bio-bio así como entrevistas, presenciales y vía correo electrónico, realizadas a 15 personas: 8 pertenecientes a las OI y 7 comprometidas con las redes para las OI.

Apuntando entonces a la importancia política y cultural de los espacios en Internet de las organizaciones autoidentificadas³ como indígenas, pondré muy brevemente de relieve la formulación de dos tipos de representaciones particularmente relevantes como terreno para la construcción de políticas comunicacionales. Por una parte, las de ideas de "Identidad"⁵ presentes en algunos de los espacios y por otra parte, las representaciones de las OI en torno al uso de Internet y su inserción en los procesos de globalización.

SOBRE LAS REPRESENTACIONES DE IDENTIDADES Y LOS USOS DE INTERNET POR PARTE DE LAS OI

"La clásica definición socioespacial de identidad, referida a un territorio particular, necesita complementarse con una definición sociocomunicacional. Tal formulación teórica debiera significar, a nivel de las políticas identitarias (o cultu-

rales) que éstas, además de ocuparse del patrimonio histórico, desarrollen estrategias respecto de los escenarios informacionales y comunicacionales donde también se configuran y renuevan las identidades".

Néstor García Canclini, (1995: 47)

El uso de Internet ha ganado espacio entre las OI, quienes lo utilizan, no sólo para relacionarse y comunicarse, sino también como espacio para la promoción cultural y como medio para reforzar y reivindicar las Identidades. El reforzamiento y reivindicación identitaria intensificado a partir del uso de Internet es también puesto en evidencia en el trabajo de autores como Marc Becker y Guillermo Delgado, quienes en un artículo para la revista *Cultural Survival* afirmaron que:

"Con el mayor uso de Internet por parte de los Pueblos Indígenas, las identidades étnicas toman mucha mayor importancia. Personas que formalmente no pertenecían a un grupo indígena, redescubren su herencia étnica. George Baldwin, un sociólogo Osage-Kaw de la Universidad del Estado de California en la Bahía de Monterrey, indica en un estudio sobre grupos de Usenet que la población de nativos americanos en Estados Unidos parecía haberse incrementado después de que este sistema tomara lugar. Personas reclamando ascendencia indígena comenzaron a poblar los *newsgroups* y las listas de correo. Muchas personas usan la Internet para formular preguntas concernientes a sus identidades personales y colectivas y para compartir sus historias". (Becker, Marc y Guillermo Delgado, 1998: <http://www.culturalsurvival.org/newpage/publications/csqa/article.cfm?id=1D367875-3151472F-911C-7F95B-1FA0E6E>) (Traducción propia, G.M.)⁶

De esta manera, resulta significativa la creciente conciencia que tienen importantes OI sobre los procesos de reforzamiento y difusión de las ideas de identidades para el logro de sus acciones políticas. En este sentido, Mario Bustos, Director de Comunicaciones de la principal OI del Ecuador, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), comenta:

"(...) cuando agarras un *hilo* de donde vienes te agarras con fuerza. Es como esas arañitas que parecen que están ya en peligro y todas esas cuestiones de desaparecer o de caer, y que alguien las va a pisar, las va a destruir, las va a comer y se agarran de ese hilito y desaparecen y vi-

ven. Entonces lo importante es que Internet, la televisión, la radio y todo eso puedan convertirse [...] en espacios que puedan convertirse en esos hilos para la araña, pero siempre y cuando a través de la Internet, de la radio y de la Televisión haya elementos que le den consistencia a ese hilo. Porque si ese hilo no tiene las características del hilo de la araña entonces te caes, te agarras de eso y te caes. Y para eso, entonces, yo creo que es importante hacer todo un trabajo riquísimo de recuperar la identidad, de hablar con identidad, de conceptualizar, de desarrollar la cosmovisión, que el discurso político debe estar cargado de mucha cosmovisión. [Entrevista presencial, grabada, realizada por Daniel Mato a Mario Bustos en Quito, Ecuador, 13 de junio de 2001]

Por otra parte, y contrastando con el ejemplo anterior, Internet también puede ser usado para fortalecer la institucionalidad política de ciertas OI, sobre todo en países que, como Estados Unidos, ofrecen ventajas para grupos considerados en desventaja o “minoritarios” mediante las llamadas políticas de Acción Afirmativa (“Affirmative Action”). Es el caso por ejemplo de la llamada “Tribu Jatibonico” (<http://www.taino-tribe.org>) quienes apuntalan la “identidad Taíno” asociándola al uso de ciertos símbolos, incluyendo incluso la “comprobación de poseer sangre indígena” (Disponible: <http://www.taino-tribe.org>) y en donde se destacan claramente los usos políticos de simbolizaciones, valores oficializados y palabras clave en los discursos e imágenes. Estos a su vez demarcan la estereotipación proveniente, por un lado, de ciertos sectores oficiales, y por otro, de algunos sectores indígenas quienes acuden a la utilización de estos símbolos como una manera de promover imaginarios que son adoptados utilizando muchas veces las representaciones que de sí mismos tienen los actores globales.

Estas representaciones de ideas de identidades que acompañan la lucha por reivindicaciones políticas no se limitan a un territorio indígena específico, sino que se dan en espacios transnacionales, (entendiendo por “nacional” tanto los espacios políticos territoriales de los Estados nacionales, como las naciones indígenas), lo cual va en perfecta sintonía no sólo con los sitios virtuales, sino con los procesos migratorios de los pueblos indígenas y las necesidades de comunicación de las diásporas. De hecho, la Internet es un medio cuyas características en cuanto a descen-

“

Internet también puede ser usado para fortalecer la institucionalidad política de ciertas OI, sobre todo en países que, como Estados Unidos, ofrecen ventajas para grupos considerados en desventaja o “minoritarios” mediante las llamadas políticas de Acción Afirmativa (Affirmative Action)

”

tralización de la producción y maneras de circulación de la información se han planteado bajo la visión “alternativa” que años atrás manejaban diversos autores en sus estudios sobre los medios de comunicación. En este sentido, la Organización Maya Guatemalteca afirma que:

“Estamos conscientes de que es necesario trabajar colectivamente con los descendientes del pueblo maya dondequiera que se encuentren. Los mayas que por cualquier razón nos encontramos viviendo fuera de Guatemala, tenemos la obligación de trabajar haciendo conciencia y dando a conocer nuestros valores culturales, derechos políticos y apoyar a los congresistas mayas y progresistas a fin de que impulsen las leyes que nos benefician”. [Disponible: www.cloud10.com/OMG/].

Por otra parte, en los discursos de las OI en Internet, circulan algunas ideas comunes tales como el deseo de autodeterminación, la comunicación sin intermediarios, la autogestión económica de las organizaciones y la autonomía en el mayor sentido de la palabra. Así también, aunque muchas organizaciones hacen uso de ciertos símbolos tradicionalmente asociados a los pueblos indígenas, no faltó la crítica precisamente a la estereotipación y el excesivo uso de éstos. De igual forma es frecuente la crítica de considerar a “lo indígena” asociado a lo no desarrollado,

la pobreza y lo tradicional en un sentido estático. Otro punto importante que refuerza la unidad de algunos discursos de los diversos movimientos indígenas en Internet es la construcción del imaginario de Abya Yala para nombrar a la llamada “América” (ver nota N° 2) con lo cual se manifiesta la intención de poner sobre el tapete la diversidad de identidades y la interculturalidad como ejes de las construcciones simbólicas.

Quiero detenerme un poco en lo significativo que resulta pensar en políticas de comunicación, teniendo en cuenta la intención de nombrar, visibilizar y hacer circular conceptos como el de Abya Yala en otros espacios además de los discursos indígenas, pues su uso no sólo expresa la adhesión política con las OI con las que trabajamos, sino que también da cuenta de nuevas formas de imaginarnos, de pensarnos. Lograr realizar esta visibilidad es de por sí, un proyecto cultural, político y comunicacional de enorme importancia. Estas construcciones buscan integrar su cosmovisión a las representaciones globales para incorporarlas y transformar con esto las representaciones que se tienen de los pueblos indígenas. Internet como medio está dando buenos resultados en este sentido, pues su uso por diversos actores sociales permite la creación e incorporación de diversos imaginarios en sus espacios lo que es de por sí una apuesta por la interculturalidad. Tal y como lo expresa Jorge Calbucura, creador del Centro de Documentación Ñuke Mapu:

“Desde una perspectiva político, religioso y cultural indoamericana, Internet o el espacio cibernético ofrece *las posibilidades para generar un espacio de expresión diferente*. Es la mejor plataforma para poner en práctica los postulados de la diversidad. En términos prácticos, la materialización de esta aspiración no es tan solo “comunicacional” sino que más bien “interactivo”. A diferencia de la radio o la televisión, canales de comunicación unidireccionales y básicamente medios didácticos” (Entrevista a Jorge Calbucura respondida a través del e-mail el 20/ago/2000)

Sin embargo, es bueno recordar que ésta dinámica de descentralización de las producciones a partir del uso de Internet no está alejada de la centralización de poder de las estructuras técnicas y tecnológicas las cuales son gestionadas por actores específicos desde territorios específicos. Con esto quiero decir que “Internet es una red abierta, pero no es una cooperativa.

Los sistemas de transmisión (cables y satélites), los de acceso (servidores) y los de navegación en la Web tienen dueño” (Cebrían, 1998: 88). En tal sentido, el uso de cierto *software* o *hardware* tiene que ver también con *estructuras predeterminadas para la comunicación* cuyas consecuencias todavía están por verse.

Parte de estas consecuencias tienen que ver por ejemplo con el idioma. En los discursos de algunas de las páginas son notorias las dificultades y particularidades en la comunicación escrita. Dificultad que en ningún sentido tiene que ver con la falta de capacidad de los actores indígenas, sino que responde en muchos casos al intento de adaptar una comunicación holística y mayoritariamente oral de los pueblos indígenas a una expresión escrita que además, en muchos de los casos no pertenecen a su lengua hablada. El hecho de que la mayor parte de las páginas estén traducidas al inglés da cuenta de por lo menos, dos aspectos importantes: a) Del enorme intercambio de las organizaciones con financiadores y otras instituciones del “norte”. Estos intercambios se intensifican cuando se trata de tecnologías y servicios asociados a las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, por lo que en la mayoría de los casos vistos (con algunas excepciones⁷), tanto el hospedaje como el financiamiento dependen de agentes residenciados en países con mayor desarrollo y capacidad tecnológica. Esto, además de poner de relieve la solidaridad y acción de una red casi global en asuntos indígenas, también puede suponer el riesgo de gran dependencia de los espacios. b) Por otra parte, la traducción al inglés da cuenta de que estas identidades son construidas con la conciencia de ser difundidas principalmente hacia “afuera” de las OI. Con la aclaración de que aunque en principio Internet no es utilizado como un medio que las organizaciones buscan para lograr incidencia dentro de las comunidades (lo cual ha sido tradicionalmente el papel de la radio y el video⁸), esto ha ido cambiando a medida que se hace más uso de Internet y se intensifican los intercambios entre las organizaciones, con el resultado de que en el año 2001 se pensaron en diversos tipos de proyectos asociados al uso de Internet y conexiones satelitales en territorios indígenas; como el ecuatoriano, donde la orografía no ha permitido la instalación de líneas telefónica. Este ejemplo es comentado por Luis Macas⁹:

“Yo creo que es muy importante implementar una educación virtual en las

“

“Internet es una red abierta, pero no es una cooperativa. Los sistemas de transmisión (cables y satélites), los de acceso (servidores) y los de navegación en la Web tienen dueño”. En tal sentido, el uso de cierto software o hardware tiene que ver también con estructuras predeterminadas para la comunicación cuyas consecuencias están por verse.

”

comunidades, e incluso en donde no tenemos acceso a las líneas telefónicas estamos pensando muy seriamente en una red satelital, porque la geografía ecuatoriana es bastante irregular, accidentada, entonces para llegar a Manzanilla, para llegar a las montañas de los Andes es muy difícil y creo que los beneficios de la red telefónica no van a llegar muy rápidamente, por lo tanto nosotros si creemos que es muy importante crear una red virtual pero a través de una red satelital” (Entrevista presencial a Luis Macas por Gloria Monasterios, Washington, D.C., 07-sep.-2001).

Otros ejemplos ilustrativos de los usos de Internet hacia el interior de las comunidades u organizaciones son los centros de conexión a Internet dentro de la Comunidad Asháninka en el Perú, así como el proyecto de la Red de Educación de la Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas (UINPI).

Otro punto notable es la alternancia constante de las OI entre los contextos locales de sus prácticas y las relaciones transnacionales que entablan. Es el caso de organizaciones en donde a pesar de que los contenidos los crean ellas mis-

mas, la estructura tecnológica que necesitan sigue sujeta a aquellos países que están más desarrollados tecnológicamente (básicamente Estados Unidos y países de Europa). Y no sólo eso, sino que a partir de los lugares desde donde se establecen estas grandes redes pueden derivarse a su vez algunas caracterizaciones sobre la manera en que es presentada la información tales como: el tamaño de la red, el nivel de desarrollo de la página, los países que abarca o incluso los idiomas en los cuales es presentada la información. Estas y otras consecuencias, así como el debate entre las ventajas y desventajas del uso de nuevas tecnologías son conocidas por las organizaciones y discutidas en el seno de muchas de ellas.

Se observa entonces un panorama en el que se debate por un lado las comunicaciones globales que son potencialmente posibles a partir del uso de Internet, y por el otro, los territorios específicos desde los cuales es técnicamente posible este uso. Estos territorios técnicamente capacitados se refieren directamente a las ciudades y los países con mayor desarrollo tecnológico dentro y fuera de la llamada “América Latina”. Este punto nos abre el espectro del análisis, al diferenciar por un lado, los lugares “desde donde se habla”, y por el otro, los lugares “de los que se habla”. En esta constante variación se observan consecuencias como por ejemplo:

- Disyuntivas de algunas organizaciones para el uso de Internet por el contraste entre lo moderno y lo tradicional. Tal como lo afirma en entrevista realizada para esta investigación Carlos Molina Marcia¹⁰:

“(…) Inicialmente se discutió a lo interno las ventajas o desventajas que ofrecía Internet para los pueblos indígenas, principalmente se observa como defecto la utilización de una moderna tecnología que por lo general –observaban sus críticos– ha traído mayor empobrecimiento a la región y a marginalizar aún más a la población indígena. Pero también se observó la posibilidad de acceder a espacios internacionales en donde se podría plantear la lucha indígena, sus reivindicaciones y planteamientos. En este propósito se tiene la convicción de que el planteamiento de los pueblos indígenas es una respuesta a la crisis mundial resultante de la destrucción de los recursos naturales del planeta y a la crisis de valores fomentados por una política e ideología de apropiación individual que ha generado un comporta-

miento egoísta, de aislamiento personal, desvalorización del ser humano y de falta de perspectivas. De ahí que la idea de difundir el sistema comunitario, la filosofía de convivencia con la naturaleza y la unidad de los seres humanos como el centro de su cosmovisión ha alentado la utilización de Internet y el establecimiento de relaciones en diversas partes del mundo reconociendo que existen con personas que comparten, aunque no de forma idéntica, estos mismos ideales.” (Entrevista respondida a través del correo electrónico el 23 de mayo de 2001)

- Otra consecuencia es comentada por Becker y Delgado y es que: “el público general está más informado sobre la problemática indígena en áreas donde las computadoras son utilizadas cotidianamente, tales como los Estados Unidos o Europa, que en áreas donde viven la mayoría de los pueblos indígenas (...) las decisiones que afectan a los pueblos indígenas continúan siendo hechas en las instituciones poderosas” (Becker, Marc y Guillermo Delgado, 1998: <http://www.cultural-survival.org/newpage/publications/cs-q/article.cfm?id=1D367875-3151-472F-911C-7F95B1FA0E6E>)
- Las sedes de las organizaciones en las ciudades en muchas oportunidades se han convertido en espacios locales donde los actores indígenas pueden hacer uso de Internet y realizar búsquedas específicas de distintos temas de interés indígena
- Otra consecuencia es que muchas veces se deban buscar los servicios de mediadores técnicos, es decir, personas con conocimientos de informática que asesoren a las OI para el uso de la Red, por lo que las organizaciones deben debatirse entre la autodeterminación indígena vs. la búsqueda de mediadores técnicos. En algunos casos, al mismo tiempo que se expresa la representación de la Globalización como algo destructivo también manifiestan la necesidad de ayuda “de otros lugares” para el logro de ciertos objetivos.

Ahora bien vale preguntarse sobre la cualidad de los emisores indígenas que difunden informaciones a través de Internet. Esto es porque en ocasiones se asume un tanto a la ligera que Internet es un recurso a disposición de quien desee usar

“

Las motivaciones de las OI consultadas para usar Internet fueron: difusión de información, posible visibilidad potencialmente mundial, fortalecimiento de procesos organizativos, intercambio de experiencias e información, comunicación directa sin intermediarios, bajos costos, facilidad de acceso y para prolongar sus objetivos de luchas.

”

lo. Sin embargo, esto no es así. Conviene tener en cuenta que existen algunas condiciones para acceder a este medio y que ellas limitan quienes pueden tener acceso al mismo y en particular quienes pueden actuar como emisores. Así, tenemos que un nivel mínimo de conocimiento en computación, saber leer y escribir, tener acceso a computadora, línea telefónica y electricidad son requisitos básicos. Resulta significativo el hecho que todas las personas contactadas son profesionales (indígenas o colaboradores de las organizaciones indígenas), quienes han hecho mención a poseer como mínimo educación universitaria; quienes además le dan gran importancia a su presencia en Internet y a las posibilidades de interconexión con otros actores como consecuencia de su uso. Así también, y con sólo una excepción, todas aquellas personas que cumplen funciones de *webmaster* de las organizaciones resultaron ser del sexo masculino. Por otra parte, sólo la mitad de ellos se consideraban indígenas, mientras que la otra mitad se consideró “representante” o “comprometido” con las causas indígenas. En los casos de las redes como Nativeweb (<http://www.nativeweb.org>), la Red para Organizaciones Indígenas

(<http://www.laneta.apc.org/rci/>) y la Red Biobio (<http://riap.de5.de/>), quienes respondieron a nuestro mensaje fueron los creadores, coordinadores o dirigentes de tales redes, y aunque fieles a las luchas indígenas, no se consideraron a sí mismos como indígenas. Pienso que esto, lejos de ser casual, da cuenta de la diferencia entre los lugares de acción de las distintas organizaciones indígenas en contraste con el principal lugar de acción de las redes en Internet para organizaciones indígenas, es decir el ciberespacio.

Por otro lado, las motivaciones de las OI consultadas para usar Internet fueron: difusión de información, posible visibilidad potencialmente mundial, fortalecimiento de procesos organizativos, intercambio de experiencias e información, comunicación directa sin intermediarios, bajos costos, facilidad de acceso y para prolongar sus objetivos de luchas: la autodeterminación, vinculación en redes transnacionales, difusión y legitimación de sus cosmovisiones tanto en los medios como en la educación. Estas respuestas van en total concordancia con las obtenidas luego, al preguntarles sobre los resultados conseguidos a partir de la creación de sus lugares virtuales y el uso del correo electrónico. En tal sentido, el resultado más relevante ha sido la *interacción* que se ha producido con otras personas simpatizantes con el movimiento indígena, con investigadores, con otras organizaciones, empresas o posibles financiadores de proyectos. Asimismo, el reconocimiento logrado a través de la página, que es un aspecto muy importante, porque habla no sólo de la interacción, sino que también da muestra del poder “real” de Internet como medio para tener presencia potencialmente mundial. De esta manera, Molina Marcia, comentó que aunque la “Nación Moskitia” como concepto histórico no tenga un reconocimiento “oficial”, actualmente gracias a su página en Internet ha sido reconocido virtualmente “como la identidad de las naciones indígenas miskita, sumus y ramas” (Entrevista respondida a través del correo electrónico el 23/may/ 2000)

Otros resultados obtenidos fueron: mantenimiento de comunicación constante y más fluida, participación en diversos eventos nacionales e internacionales, relaciones directas con instituciones y organismos gubernamentales y no gubernamentales, comunicación con otras organizaciones indígenas y al interior de la propia organización, reconocimiento, reafirmación identitaria y una mayor concien-

cia del extraordinario poder de la información y sus consecuencias. En cuanto a este último punto, una de las consecuencias más interesantes la ofrece Calbucura cuando al hablar sobre los resultados obtenidos por *Ñuke Mapu*, comenta que:

“Lo más interesante y paradójico es que algunos sectores ven una proyección política en la labor que desarrolla el Centro de Documentación *Ñuke Mapu*, y uno de los efectos más espectaculares en este sentido ha sido considerársele un peligro y atentado a la seguridad interior de Chile (ver: diario de sesiones del Senado de Chile: sesión 6ta, miércoles 16 de junio de 1999. Sesión especial convocada para ocuparse de la situación que aqueja a los indígenas). Un efecto colateral del centro de documentación *Ñuke Mapu* ha sido contribuir directamente a la difusión de la problemática Mapuche que a su vez ha llamado fuertemente la atención de diferentes organizaciones e instituciones internacionales. Resultado directo de esta acción ha sido contribuir al reconocimiento internacional de la lucha que libran las mujeres mapuche-pewenches en el Alto Biobío en contra de la construcción de siete represas hidroeléctricas” (Entrevista a Jorge Calbucura respondida a través del correo electrónico el 20 de agosto de 2000)

Esta consideración demuestra no sólo el extraordinario poder de la información sino que también da cuenta de los choques políticos y culturales entre esta “localidad simbólica mapuche” y el Estado Chileno. Este mismo peligro, asociado al desarrollo de las redes indígenas y fortalecido a su vez por los espacios en Internet, también ha sido puntualizado incluso por la Agencia Central de Inteligencia (Central Intelligence Agency CIA) en su informe titulado “Tendencias Globales hacia el 2015”, publicado en diciembre de 2000. En este informe se sostiene que los movimientos indígenas de protesta “incrementados debido a la facilidad de las redes transnacionales de los activistas de derechos indígenas y financiados por fundaciones internacionales de derechos humanos y grupos ambientalistas”, son parte de las amenazas que según esta agencia confrontan los Estados, especialmente desde México hasta la región amazónica, el noreste de la India y el archipiélago Malasia-Indonesia. (Página en Internet de la CIA. Disponible: <http://www.cia.gov/cia/publications/globaltrends2015/index.html>). Esta marcada significación de la transnacionalización de la in-

“

Importantes OI consideran a la comunicación como un proceso que trasciende la interconexión e intercambio de información, y pasa a formar parte del proceso vital de los pueblos.

”

formación a su vez ha sido el abono para comprender la necesidad de generar políticas de circulación de sentidos que avallen la visibilidad y sensibilización de las personas en torno a la problemática indígena.

LA COMUNICACIÓN, “SANGRE DE LOS PUEBLOS”. POLÍTICAS COMUNICACIONALES DE LAS ORGANIZACIONES INDÍGENAS (OI)

De una u otra manera, algunos de los entrevistados han señalado el papel primordial que tiene la comunicación para las organizaciones. De hecho, importantes OI consideran a la comunicación como un proceso que trasciende la interconexión e intercambio de información, y pasa a formar parte del proceso vital de los pueblos. Tal y como lo expresa el citado Mario Bustos en respuesta a la pregunta sobre el concepto de comunicación que maneja el movimiento indígena y más específicamente la CONAIE:

“Nosotros pensamos que la comunicación no es solo tecnología. Si ustedes piensan así, se quedarán con su tecnología, y podrán consumirse en ella, y auto-destruirse en ella misma [...] Nosotros pensamos que el fin de la tecnología, como de la comunicación, como algo vital

para los pueblos indígenas. *Nosotros consideramos a la comunicación como la sangre que tiene que ir hacia todos los lados o si no determinada parte del organismo se anula y muere. Decimos que tiene que ser también como los flujos nerviosos que sirven, o sea sienten un estímulo e inmediatamente hay un procesamiento y una respuesta sea donde esté, y no actúa solamente alrededor, sino que actúan pues en todo el organismo. Y también es como los flujos del alma. Cuando este flujo del alma medio ha sido alterado es como que parte de la vida se haya ido. Tienes que restituir, es una forma de ti, se anula, se seca la persona y muere. Entonces hay que armonizar ese conjunto de flujos si, comunicacionales, y que esos flujos comunicacionales en si no son las tecnologías sino quienes son sujetos de esa acción comunicativa y no son solamente los dirigentes, sino las organizaciones de base, los dirigentes de las comunidades, los espíritus de las plantas, los espíritus de quienes se levantaron, los espíritus de las cosas. Esa capacidad de comunicarse entre todos esos seres significa una alta sensibilidad... y con esa alta sensibilidad nosotros respondemos a las necesidades que tenemos, y de conservar al medio ambiente porque es parte de nuestra convicción, nuestra madre, acciones contra las petroleras, acciones frente la dimensión política frente a la cuestión cultural, del significado, del proceso de globalización de las lenguas, de la vestimenta...” (Destacado propio, G.M.) [Entrevista presencial, grabada, realizada por Daniel Mato a Mario Bustos en Quito, Ecuador, 13 de junio de 2001].*

Se entiende entonces a la comunicación como un concepto que trasciende su visión instrumentalista y pasa a ser sangre vital de los pueblos, y como un proceso que busca la sensibilización de las demás personas acerca de la problemática indígena. De allí que OI como la CONAIE, más allá de ganar visibilidad, también busca sensibilizar a los interlocutores acerca del movimiento indígena mediante una comunicación que no se queda únicamente en las representaciones, las formas y los discursos, sino en donde también se toma la interculturalidad como espacio para poner de relieve otros imaginarios, otros sentidos, para crear redes de simpatizantes y estar en sintonía con diversos actores sociales que se involucran de distintas maneras y ayudan a reproducir problemáticas y cosmovisiones indígenas. Es decir, las políticas comunicacionales no consisten

únicamente en el uso de las tecnología (lo cual sería uno de los primeros pasos), pues es a partir de la sensibilización de los actores y de la reproducción por parte de estos cuando empieza la verdadera circulación de los “otros” imaginarios. De hecho, la circulación de imaginarios a través de actores sensibles, y a su vez la multiplicación de estos actores gracias al uso de las nuevas tecnologías hace que ahora el énfasis se coloque primero en la circulación antes que en la producción, sobre todo tomando en cuenta que la producción de sentidos no es sino co-producción y de esa manera, es comunicación (García Canclini, 1995). Con esto no quiero disminuir la importancia de la creación discursiva de las OI, sino por el contrario, poner de relieve lo que comentaba Bustos, y es que el uso de Internet por parte de las OI no obedece a un interés vacío, sino que viene acompañando a la marcada importancia que han otorgado las OI a vincularse en redes transnacionales, y por hacer de esta comunicación interna y externa un medio para la Educación. Con esto quiero decir que las organizaciones utilizan Internet porque desde hace tiempo han tenido objetivos que ahora resultan convergentes con su uso y que le dan fuerza a los logros obtenidos luego de tantos años de lucha. De hecho, “el espacio que han abierto las diferentes organizaciones indígenas e indigenistas en el espacio cibernético es una prolongación de un esfuerzo que se viene realizando en forma sistemática desde hace décadas.” (Entrevista a Jorge Calbucura, respondida a través del correo electrónico el 20/ago/2000). Recordemos que la interculturalidad no es solo un concepto alrededor del cual gira la construcción de las políticas, sean culturales o de comunicación. La interculturalidad más que un concepto es una práctica y, en tal sentido, ahora el énfasis de muchas de las OI no es “producir imaginarios” para ponerlos en circulación, sino hacer hincapié en los modos de circulación.

Relacionando estas ideas con las palabras de Mario Bustos, consideremos la reflexión ofrecida por Jesús Martín Barbero en 1998 sobre la simbiosis entre educación y comunicación. Este autor aboga por dejar de lado la visión instrumentalista de la comunicación, tanto en su inserción en la educación como en su inserción en la vida social en general (es decir, la idea de la comunicación como medio para el logro de ciertos fines). Contrario a esto, reflexiona sobre la importancia de estudiar, no el cómo se inserta la comunicación en la educación, sino al contrario, el cómo la edu-

“

Las organizaciones utilizan Internet porque desde hace tiempo han tenido objetivos que ahora resultan convergentes con su uso y que le dan fuerza a los logros obtenidos. De hecho, “el espacio que han abierto las diferentes organizaciones indígenas e indigenistas en el espacio cibernético es una prolongación de un esfuerzo que se viene realizando desde hace décadas.

”

cación se inserta en el “ecosistema comunicacional” o en los distintos ámbitos de conocimiento de la sociedad a los que considera fundamentales conocer y trasladar al sistema educativo (Martín Barbero, 1998: 215). Esta reflexión es apropiada en consonancia con las palabras de Bustos sobre la cosmovisión comunicativa y la necesidad de legitimación de otros espacios de la vida cotidiana y del ser humano dentro de las escuelas, pensamiento que ha sido incluso una de las claves al construir algunos ejes de la currícula de la Universidad Intercultural de Pueblos Indígenas, la cual se está poniendo en marcha en Ecuador y que constituye una mirada alternativa de construcción de imaginarios desde la educación.

De hecho, en las políticas de comunicación se observa un desarrollo en la utilización de las imágenes, las cuales han formado parte de la estrategia comunicativa de diversas organizaciones indígenas en la Internet. De esta manera, la CONAIE recientemente ha incluido en sus páginas no sólo galerías de fotos, sino también videos del levantamiento indígena del Ecuador en Enero de 2001 y nuevos diseños de página, que están a la disposición de los internautas. Esta utilización de la imagen y otros recursos multimedia (música y video) como parte de la

estrategia de comunicación de las organizaciones indígenas también fue comentada por Mario Bustos, quien en la citada entrevista mencionó la importancia de tener un eje común que articule las distintas vías expresivas de la política comunicativa y en particular, sobre el impacto de las imágenes colocadas en su página. Más precisamente comenta: “lo de la fotografía al menos hemos trabajado con este último levantamiento bien con la gente, nos han escrito impresionados por las imágenes. Entonces nos damos cuenta que [...] en si es un mensaje que es parte de una política, son parte de una campaña que se abre a través de esos diferentes medios.” (Entrevista presencial a Mario Bustos realizada por Daniel Mato, Quito, 13/06/01)

Por otra parte, un interesante ejemplo de la creciente concientización en los usos y alcances de Internet puede verse en casos como el de los Asháninka en Perú, quienes han ganado bastante visibilidad y apoyo tanto dentro como fuera de su país, llegando a ocupar incluso las páginas de medios más “tradicionales” tanto impresos como audiovisuales, tales como el *Washington Post*¹⁰, la revista *Future*¹¹ de Francia y el noticiero de CNN en Español¹². Es interesante observar en este ejemplo el cambio de dinámica, es decir, en vez de utilizar a los medios masivos para atraer audiencias hacia su página en Internet, han desarrollado una política de comunicación a través de Internet para ganar espacio en otros medios de información. De esta manera, la prensa ha recalcado apologeticamente el papel de Internet como un medio “que abre un nuevo mundo” para estas comunidades, utilizando los contrastes entre las representaciones de lo “tradicional” y lo “moderno”. Asimismo, el citado Carlos Molina Marcia comenta que “Internet ha facilitado la visita de varias personas a nuestro territorio entre ellas la de un grupo productor de televisión quien realizó actividades de comunicación durante quince días en el territorio con más de 600 horas de filmación” (Entrevista respondida a través del correo electrónico el 23 de mayo de 2001).

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: PARA UNA PROPUESTA

Parte importante de las políticas de comunicación incluye a la educación como espacio esencial de co-producción de sentidos, circulación y práctica intercultural. Esto ha llevado a las OI a encontrar nue-

vas maneras de imaginar la educación y de darle continuidad, soporte y "legitimidad institucional" a diversos tipos de conocimiento y maneras de comunicación del ser humano. De hecho, Luis Macas expresa que

"en el Ecuador estamos tratando de armar una red electrónica que posibilite no solamente la comunicación entre las organizaciones de los pueblos indígenas, sino también implementar un proceso de Educación a través de la vía electrónica" [más adelante, al preguntarle sobre las características de esta red agregó:] "Bueno es una red para el servicio de la Educación, yo creo que es muy importante implementar una educación virtual en las comunidades, e incluso en donde no tenemos acceso a las líneas telefónicas estamos pensando muy muy seriamente en una red satelital..." (Entrevista presencial, grabada, a Luis Macas. Realizada por Gloria Monasterios, Washington D.C., 07 de septiembre de 2001).

Por ello, creo en la importancia de implementar un proyecto de documentación indígena en Internet tomando como ejemplo el Centro de Documentación Ñuke Mapu. De esta manera no solamente se estaría contribuyendo a tender puentes entre la sociedad y las universidades, sino que más allá, se estaría incluyendo a distintos actores sociales de las Universidades como co-participantes del desarrollo de los espacios, al trabajar junto a las OI técnica y académicamente. Aunque aquí no puedo profundizar en esta propuesta, es importante tomar en cuenta las sugerencias de las OI para un mejor aprovechamiento de Internet:

- Asesoramiento informático de personas vinculadas con la problemática indígena
- Consideración de Internet en los presupuestos de las organizaciones.
- Utilización de Internet como fuente alternativa de ingresos
- Ser más explícitos sobre cómo se espera que las personas colaboren con las OI
- Creación de sitios locales de conexión especializados en movimientos indígenas.
- Asesoramiento en cuanto a ONG's que puedan prestar apoyo
- Profundización en los contenidos de las páginas
- Contar con traductores de las páginas al inglés.

■ **Gloria Monasterios**
Licenciada en Artes mención
Promoción Cultural. Webmaster y
Coordinadora de Comunicaciones
del Programa "Globalización,
Cultura y Transformaciones
Sociales"- FACES - UCV

Nota de la autora:

Este texto tiene como base el tercer capítulo del trabajo de tesis realizado bajo la tutoría del profesor Daniel Mato. Además de mi profundo agradecimiento al profesor Mato, quiero también reconocer la participación de las personas que han colaborado con este trabajo. En este sentido, esta investigación ha sido posible gracias a las entrevistas realizadas básicamente a través de Internet a: Sebastián Lara (periodista indígena, director de la Red Inkari), Antonio Heraclio Vásquez (webmaster de la Fundación Dobo-Yala), Carlos Molina Marcia (representante del Consejo de Ancianos de la Costa Atlántica y administrador de la página de la Moskitia), Celso Álvarez Casildo (Director de la Organización de Desarrollo Étnico Comunitario de Honduras-ODECO), Goyo de la Cruz (Director del Instituto de Estudios de las Tradiciones Sagradas de Abya Yala IETSAY y de la Fundación Coordinadora de Pastoral aborigen -FUNCOOPA), Abigail Vilchez (contadora y webmaster de IETSAY y FUNCOOPA), Jorge Martínez (asesor de sistemas de la Confederación de Nacionalidades Amazónicas del Perú -CONAP), William García (Red Colombiana de Educación y Grupos Étnicos), Prof. Jorge Calbucura (Director y fundador del Centro de Documentación Ñuke Mapu), Dario Jaña (Coordinador de la Red Internacional de Apoyo al Pueblo Pehuenche -RIAP y de la lista de Correo Biobio), Gonzalo Santiago García (colaborador de la Red India de Oaxaca), Prof. Marc Becker (Director de la Red Nativeweb), Margarita Warnholtz (Coordinadora de la Red de Información para Organizaciones Indígenas) y a la Secretaría de Prensa del Mov. Pachakuteq para la Liberación del Tawantisuyu. También quiero agradecer a Luis Macas (Director del Instituto Científico de Culturas Indias - ICCI y Ex presidente de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador - CONAIE) por ese momento de intercambio presencial que me concedió, así como a Mario Bustos (Director de Comunicaciones de la CONAIE) por las horas dedicadas a la conversación-entrevista que tanto ha aportado a esta investigación. Así mismo, agradezco las sugerencias realizadas específicamente para este artículo por el Prof. Marcelino Bisbal.

Notas y Referencias bibliográficas

- Becker, Marc y Guillermo Delgado (1998) "Latin America: The Internet and indigenous texts". *Cultural Survival*. [Disponible: <http://www.cultural-survival.org/newpage/publications/csq/article.cfm?id=1D367875-3151-472F-911C-7F95B-1FA0E6EJ>]
- Cebrián, Juan Luis (1998) *LA RED. Como cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Central Intelligence Agency - CIA (2000) *Global Trends 2015*. [Disponible en inglés en: <http://www.cia.gov/cia/publications/globaltrends2015/index.html>].
- CNN en Español (2001) "Internet abre un nuevo mundo a comunidades indígenas del Perú". [Disponible: <http://cnn.espanol.com/especial/2001/mundo.interactivo/stories/societies/peru.internet/>].
- Escobar, Arturo (1998) *La invención del tercer mundo: Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Norma. Original: *Encountering Development*, 1995.
- Faiola, Anthony y Stephen Buckley (2001) "Poor in Latin America Embrace Net's Promise". *Washington Post*, Washington, 9 de julio de 2001: A-01. [Disponible: <http://www.rcp.net.pe/ashaninka/publicacion/oldpublic/washpost9jul00.htm>].
- García Canclini, Nestor (1995) *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- _____ (1999) *La Globalización imaginada*. México: Paidós.
- Hopenhayn, Martín (2001) "¿Integrarse o subordinarse? Nuevos cruces entre política y cultura", en Daniel Mato (compilador) *Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. Buenos Aires: Clacso-Asdi.
- Lins Ribeiro, Gustavo (1998) "Cybercultural Politics: Political Activism at a Distance in a Transnational World". En: Sonia Alvarez, Evelina Dagnino y Arturo Escobar (eds.): *Cultures of Politics Politics of Cultures. Re-visioning Latin American Social Movements*. Boulder (Colorado): Westview Press, pp:325-352.
- Martín Barbero, Jesús (1998) "De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos". En: María Cristina Laverde Toscano y Rossana Reguillo (eds.): *Mapas nocturnos: diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Santafé de Bogotá: Fundación Universidad Central - Departamento de Investigaciones DIUC, Siglo del Hombre, pp: 201-222
- Mato, Daniel (1997) "Culturas indígenas y populares en tiempos de globalización". *Nueva Sociedad*, 149: 100-113.
- _____ (1999): Globalización, representaciones sociales y transformaciones sociopolíticas. *Nueva Sociedad* Nro. 163 (septiembre-octubre): 152-163
- S / A (2001) "Quand la high-tech réduit le fossé nord / sud". *Revista Future*, Francia. [Disponible: http://www.rcp.net.pe/ashaninka/mino/revistafuture/iframe_sommaire.htm]

Entrevistas presenciales

Entrevista realizada por Daniel Mato a Mario Bustos, director del Departamento de Comunicaciones de la Confederación de Nacionalidades de Indígenas del Ecuador (CONAIE). Quito-Ecuador el 13 de junio de 2001.

Entrevista realizada por Gloria Monasterios a Luis Macas, director del Instituto Científico de Culturas Indias y de la Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador (UINPI). Washington D.C. el 07 de septiembre de 2001.

Entrevistas a través de Internet:

Nombre / Organización / Dirección

Fecha de envío de preguntas

Recibo de respuestas

Jorge Luis Manrique – Webmaster Confederación de Nacionalidades Amazónicas del Perú – CONAP. <http://clientes.telematic.com.pe/conap/news.htm>

07/ago/2000 — 19/octubre/2000

Carlos Molina Marcia – Representante y Webmaster de la Nación Moskitia en Internet. <http://www.puebloindio.org/moskitia/>

03/mayo/2001 — 23/mayo/2001

Antonio Heraclio Vásquez López – Webmaster Fundación Dobbo Yala. <http://www.geocities.com/RainForest/4043/>

07/ago/2000 — 10/ago/2000

Abigail Vilchez Ortega / Goyo de la Cruz – Webmaster – Administradora / Director del Instituto de Estudios de las Tradiciones Sagradas de Abia Yala, (IETSAY) y Fundación Coordinadora de Pastoral Aborigen, (FUNCOOPA) <http://www.council.ac.cr/funcoopa/>

07/ago/2000 — 08/sept/2000

Tarcila Rivera Zea – CHIRAPAQ - Centro de Culturas Indias. <http://ekeko2.rcp.net.pe/chirapaq/index.htm>

07/ago/2000 — 19/octubre/2000

Jorge Calbucura – Coordinador del Centro de Documentación Nuke Mapu. <http://www.soc.uu.se/mapuche/>

17/ago/2000 — 20/ago/2000

Sebastián Lara – Coordinador de la Red Inkarri. <http://www.inkarri.net>

19/sept/2000 — 30/octubre/2000

Margarita Warnholtz Loch – Coordinadora de la Red de Información Indígena. <http://www.redindigena.org>

07/ago/2000 — 09/ago/2000

Gonzalo Santiago García – Coordinador de la Red India de Oaxaca. <http://www.laneta.apc.org/rio>

16/ago/2000 — 21/ago/2000

Marc Becker – Coordinador de la Red Nativeweb - <http://www.nativeweb.org>

07/ago/2000 — 13/octubre/2000

Dario Jaña – Coordinador de la Red Internacional de Apoyo al Pueblo Pehuenche –RIAP y de la lista de Correo Biobio - <http://riap.de5.de>

10/ago/2000 — 11/ago/2000

William García – Red Colombiana de Educación y Grupos Étnicos. <http://www.purace.unicauca.edu.co/rececm>

10/sep/2000 — 28/sep/2000

Notas

¹ La idea de “América Latina” es una construcción histórica que ha sido cuestionada por numerosas organizaciones indígenas las cuales denominan a América como *Abya Yala*. El imaginario de *Abya Yala* ha sido constituido por las naciones indígenas y no por los Estados Nacionales. Es por ello que, de ahora en adelante, utilizaré comillas al referirme a “América Latina”, poniendo así de manifiesto la crítica a este término.

² Quiero aclarar que el concepto de “virtual” no lo asocio de ninguna manera a “lo irreal” o “lo imaginario”. “Lo virtual” se refiere a fenómenos que existen, que pueden ser manejados y manipulados para transformarlos, pero que son intangibles. El espacio digital es virtual, pero no por ello deja de ser “real”. Por lo tanto, el sentido de “lo virtual” no debe ser tratado en este artículo como antónimo de “realidad”.

³ Esta autoidentificación es muy significativa debido a la conciencia que exige de las organizaciones. La participación de actores indígenas conscientes de su identidad, como productores y difusores de mensajes (tanto dentro como fuera de Internet), es muy significativa para la orientación de los espacios virtuales, ya que por una parte, las comunidades virtuales se constituyen básicamente como “comunidades de discursos” y por otra parte, tomando en cuenta que históricamente ciertas representaciones de “lo indígena” han sido desarrolladas en el seno de instituciones globales que de cierta manera han legitimado su conversión en estereotipos o valores “oficializados” por las prácticas culturales de los Estados y otras instituciones

⁴ Identidad es un concepto que critico, ya que comparto la propuesta de autores que, como Mato, sostienen que lo que existen son “representaciones de Identidad” (Mato, 1999) lo cual acentúa el carácter construido de las mismas. Sin embargo, no es casual que durante la investigación utilizara la palabra “identidad” y esto es porque si bien este singular responde a la necesidad de integración de ciertas nociones en los discursos, con la finalidad de construir representaciones que sean expresadas y difundidas con suficiente claridad y constancia, como para otorgar sentido a las prácticas políticas de las organizaciones indígenas

⁵ Original en Inglés: “with greater use of the Internet by indigenous peoples, ethnic identities beca-

me much more important. People who did not formally belong to an indigenous group rediscovered their ethnic heritage. George Baldwin, an Osage-Kaw sociologist at California State University at Monterey Bay, indicated in a study of Usenet groups that the Native American population in the US seemed to increase after this system were in place. People claiming Indian heritage began populating the newsgroups and mailing lists. Many people used the Internet to raise questions concerning their personal and collective identities and to share their histories”. Becker, Marc y Guillermo Delgado: “Latin America: The Internet and indigenous texts”, en la revista *Cultural Survival*. Disponible: [<http://www.cultural-survival.org/newpage/publications/csq/article.cfm?id=1D367875-3151-472F-911C-7F95B-1FA0E6E>]

⁶ Un ejemplo de estas excepciones se refiere básicamente al apoyo técnico y de hospedaje que tienen algunas OI del Perú gracias a los convenios con la Red Científica Peruana. Estas organizaciones son: Comunidad Asháninka – Marankiari Abajo (www.rcp.net.pe/ashaninka/), AIDSESP –Asociación Interétnica de Des. de la Selva Peruana (www.rcp.net.pe/indigenasamazonicos/ y www.rcp.net.pe/ashaninka/coppip/Aidesepl.html), Unión Nacional de Comunidades Aymaras UNCA (www.rcp.net.pe/ashaninka/coppip/UNCA1.html), Federación Puquina (www.rcp.net.pe/ashaninka/coppip/F_PUQUINA1.html), Centro de Culturas Indias-CHIRAPAQ (ekeko2.rcp.net.pe/chirapaq/index.htm), Conferencia Permanente de los Pueblos Indígenas del Perú – COPPIP (coppip.rcp.net.pe)

⁷ Aunque en algunos casos, el video también es utilizado como medio de difusión hacia el exterior. Tal es el caso de los videos realizados por los Kayapó de Brasil, los videos de la CONAIE, los ofrecidos por la CONFENAIE en su página en Internet, entre otros.

⁸ Ex-presidente de la CONAIE, Director del Instituto Científico de Culturas Indias y actual Ministro de Agricultura de Ecuador.

⁹ Carlos Molina Marcia, a quien entrevisté vía correo electrónico, según sus propias palabras es “representante de las naciones indígenas miskitu, sumu y rama en Managua”, y está directamente vinculado y autorizado por el Consejo de Ancianos Miskito para la realización de la página de la Nación Moskitia en Internet

¹⁰ Faiola, Anthony y Stephen Buckley: “Poor in Latin America Embrace Net’s Promise” En *Washington Post*, Domingo, 9 de Julio de 2001. Pág. A01. [Disponible: http://www.rcp.net.pe/ashaninka/publicacion/oldpublic/washpost_9jul00.htm]

¹¹ Revista *Future*, Francia, 2001: “*Quand la high-tech réduit le fossé nord / sud*” Disponible: [http://www.rcp.net.pe/ashaninka/mino/revista-future/iframe_sommaire.htm].

¹² CNN en Español, 2001: “Internet abre un nuevo mundo a comunidades indígenas del Perú”. Disponible: [<http://cnn.espanol.com/especial/2001/mundo.interactivo/stories/societies/peru.internet/>]

Consumos culturales en tiempos de globalización

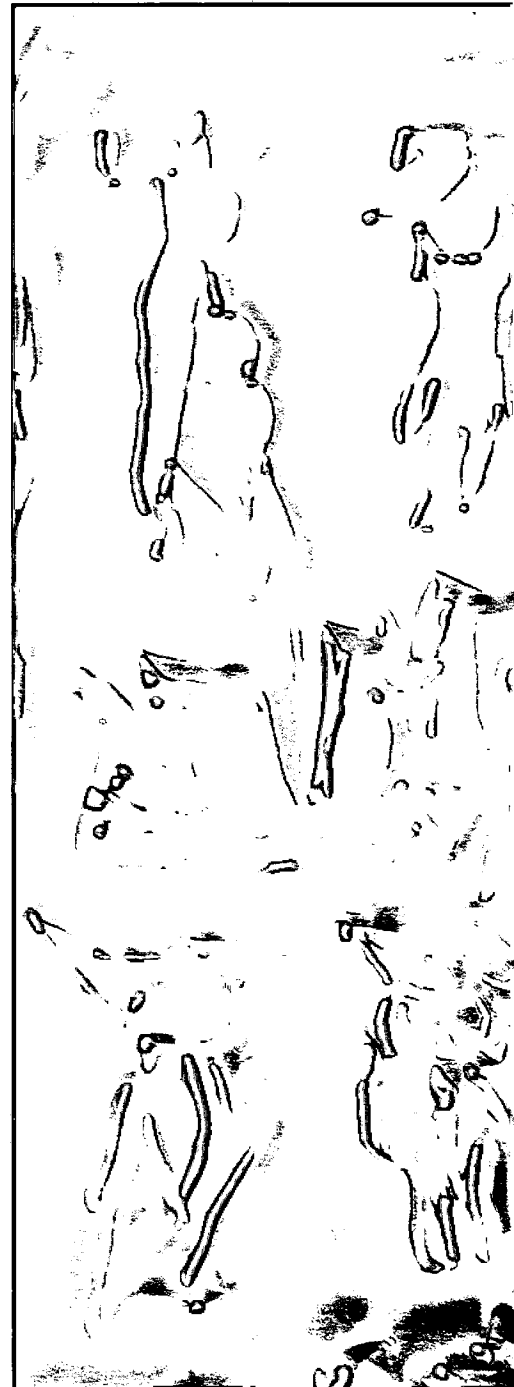
Resumen

El presente trabajo constituye una reflexión teórica sobre los consumos culturales mass mediáticos en tiempos modernos, partiendo de la globalización como resultado de múltiples movimientos en donde intervienen de manera simultánea los procesos globales y locales. Asimismo, aborda la creación de nuevos territorios reales y virtuales, contribuyendo así al fortalecimiento de un imaginario social que trata de fusionar y reinterpretar los flujos mass mediáticos globales dentro de las narrativas locales

Abstract

This article is a theoretical reflection on the cultural consumption of the mass media in modern times. It assumes that globalization is a result of multiple movements involving simultaneous global and local processes. The study also addresses the creation of new real and virtual territorialities that contribute to the strengthening of social imageries that combine and reinterpret global media flows through local narratives

■ **Adilem Bueno Morles y Viviana Márquez Cuauro**



mass mediáticos



Chotuna I. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)

Este estudio pretende abordar, a través de una aproximación teórica, la influencia que ejercen los tiempos modernos dentro de los consumos culturales mass mediáticos, así como también las diversas relaciones y formas de interacción que conllevan a la creación de nuevos territorios reales y virtuales.

Sin lugar a dudas, la actividad mediática ha conducido al fortalecimiento de un imaginario social capaz de incidir en las colectividades como parte de lo propio. En tal sentido los medios se expresan como nuevas instituciones políticas, “los medios de comunicación no manipulan ni dominan mecánicamente y externamente a los sujetos, aceptan sus rasgos y demandas culturales posibilitando su ajuste entre oferta y demanda... Los medios son, entonces mediaciones culturales y diálogos entre actores, que éstos provocan y que ligan a los consumidores con la escena política” (Alfaro 1994:50). Por tanto, la comunicación de masas se define como un bien de consumo, que refleja la apropiación desigual de bienes y símbolos.

Los medios, hoy día, se piensan como matrices de desorganización y reorganización de lo social y de las nuevas estrategias de poder, pero evidentemente poco se ha profundizado en ello; aún cuando autores como Mattelart, Kaplún y otros revelan que “la considerable evidencia acumulada por los teóricos del imperalismo cultural sobre las desigualdades en el flujo internacional entre Norteamérica y los países latinoamericanos y, la influencia de géneros y contenidos extranjeros en las producciones locales, no ha sido correspondida por estudios similares sobre los procesos de consumo de los receptores” (Guinsberg 1997:31).

Ahora bien, dentro de los Estudios Culturales y Comunicacionales, se puede dilucidar que el campo de los procesos de consumos culturales ha sido poco visita-

do, convirtiéndose en un campo fértil e importante, especialmente, en el área en la cual incurrir los tiempos modernos y la globalización.

Queda claro, que todo público se hace por la conformación de una oferta cultural local; por ello, es importante conocer, dentro del campo de la comunicación mediática qué se oferta con tanta regularidad que permite a los receptores (sujetos consumidores de un mundo simbólico) participar en un mercado cultural, por donde circulan bienes simbólicos que le permiten identificarse y sentirse identificados como público de una particularidad.

Cuando se habla del estudio de la recepción y el consumo, se busca enfocarlo dentro de un lugar epistemológico y metodológico, desde el cual “repensar el proceso de comunicación, es decir, indagar lo que la comunicación tiene de intercambio entre sujetos socialmente contruidos, ubicados en condiciones y escenarios que son, de parte y parte, aunque asimétricamente producidos y de producción; espacio de poder, objeto de disfrute, remodelación y luchas por la hegemonía... Por otro lado, se trata de comprender, las formas de localidad que se producen en los trayectos de consumo..., los movimientos de rupturas y de continuidad, de enraizamiento y deslocalización, así como las memorias cortas y largas que las atraviesan y sostienen”... (Martín-Barbero 1996:48)

El enfoque dado por los medios pasa por comprender la nueva cultura política, es decir, “entiende los modos en que los medios entran a constituir las dimensiones simbólicas de la política y a formar parte de las nuevas formas de reconocimiento y la interpretación de los sujetos y los actores sociales” (Martín-Barbero 1996:15)

En tanto, tal como lo plantea Emilia Bermúdez (2001), se visualiza el consu-

mo dentro de los modos en que se constituyen las identidades: prácticas socioculturales que configuran formas de reconocerse y de satisfacer necesidades, rituales y modos de comunicación pues, en el consumo no sólo derrochamos y exhibimos, nos alienamos y sometemos, sino también reelaboramos el sentido de lo social, rehacemos lo que se percibe como propio, nos integramos y nos diferenciamos.

Quiere decir, entonces que existe una estrecha relación entre los consumos culturales y la globalización, a través del cual los significados permiten la asociación y la fragmentación de los contenidos simbólicos.

GLOBALIZACIÓN CULTURAL

De la globalización mucho se ha hablado, pero lo cierto es que no todo es como se ha dicho; que si homogeniza o no a las sociedades, si descompone o no, si organiza o no el orden social, etc.; estas son algunas de las interrogantes surgidas por los procesos modernos.

Ahora bien, tal como lo califican algunos autores, entre ellos García Canclini, Giddens y otros, la globalización está íntimamente ligada a las dimensiones políticas, culturales y comunicacionales, más que con aspectos de índole económico. En tal sentido, es cierta la expresión de Allborg y Giddens, cuando plantean que "somos la primera generación que tiene acceso a una era global".

Por ello, Mato (1996) plantea que la globalización, más que un orden social o único proceso, es consecuencia de múltiples movimientos, en parte contradictorios, con resultados abiertos que implican diversas conexiones local-global y local-local.

Está claro pues, que el concepto de globalización no implica un ordenamiento o unidad establecida, ya que segmentar es parte de los procesos universales. "La globalización es tanto un conjunto de procesos de homogeneización como de fraccionamiento del mundo, que reordenan las diferencias y las desigualdades sin suprimirlas. Por eso la multiculturalidad es un tema indisoluble de los movimientos globalizadores" (García Canclini 1995:13).

En virtud, según el planteamiento de Mato, Bermúdez analiza que los procesos de globalización son procesos sociales complejos de alcance planetario que tienden hacia la interconexión entre los pueblos del mundo y sus instituciones; de modo que los habitantes del planeta en su totalidad tienden a compartir un espacio

“

Ahora bien, tal como lo califican algunos autores, entre ellos García Canclini, Giddens y otros, la globalización está íntimamente ligada a las dimensiones políticas, culturales y comunicacionales, más que con aspectos de índole económico. En tal sentido, es cierta la expresión de Allborg y Giddens, cuando plantean que "somos la primera generación que tiene acceso a una era global".

”

unificado, más continuo que discreto, en virtud de múltiples y complejas interrelaciones, y ello no sólo desde el punto de vista económico, sino también político, social y cultural. En estos procesos intervienen distintos tipos de actores (locales, nacionales, transnacionales y globales) quienes a través de sus prácticas promueven esos procesos de globalización y sus representaciones.

En tal sentido, la globalización, a través de los consumos mass mediáticos, acentúa la construcción de flujos locales y globales que permiten el acceso a prácticas universales y transterritoriales dentro de los escenarios comunicacionales.

Vivimos en un mundo donde los flujos mass mediáticos han conducido a que la gente consuma en escenarios diferentes, pues el consumo antes que homogeneizar, segmenta y fragmenta producto de la connotación simbólica que lleva implícito.

LOS MASS MEDIA Y SU ACCIÓN EN EL IMAGINARIO COLECTIVO

Los estudios socio-antropológicos de las últimas décadas, han aportado elementos fundamentales para interpretar el nuevo rol de la imaginación dentro del mundo moderno.

Las reflexiones teóricas producidas

por los críticos de la cultura de masas y que hacían referencia a la relación entre la imaginación, el capitalismo industrial y el consumo, exigen hoy día una profunda revisión.

La imaginación se ha convertido en una práctica social inherente a la modernidad, distanciándose de la fantasía. Es así como la imaginación está acompañada a un sentido de proyección, constituye un impulso para la acción, genera sentido de pertenencia, de territorio y de nación.

Es preciso connotar que nos referimos a la imaginación como propiedad colectiva, y no como una facultad individual, privada y auto referencial.

Los medios de comunicación a través de la masificación de la información, lecturas, placeres y formas de entretenimiento, han contribuido notablemente a que grupos de personas comiencen a imaginar y sentir cosas colectivamente.

Benedict Anderson en su libro *Comunidad Imaginate* (2000), analiza cómo ciertas formas de mediación de masas ligadas a la comunicación impresa, jugaron un papel fundamental en la formación simbólica de lo que él llamó "la comunidad imaginada de la nación".

Appadurai (2001), afirma que las mutaciones tecnológicas ocurridas en el último siglo han conducido a afianzar la acción de la imaginación como hecho colectivo y en base a ello, formas de capitalismo electrónico pueden producir efectos más fuertes que los planteados por Anderson.

El autor argumenta que en la modernidad, la acción del imaginario colectivo es alimentada por los mass media electrónicos y los movimientos migratorios. En este sentido se genera una nueva política cultural del moderno global, donde la imaginación colectiva actúa no sólo en el ámbito del estado-nación, sino que crea "comunidades imaginarias"¹ transnacionales y desterritorializadas.

La actividad mediática ha contribuido a concebir la imaginación como un hecho colectivo y social, es así como esta práctica se ha convertido en parte del trabajo mental y cotidiano de la gente común en muchas sociedades.

Los media alimentan la acción de la imaginación, la necesidad de desplazarse en sentido real y virtual. De esta manera las imágenes, los escenarios, los modelos y las narraciones que pasan a través de la mediación de masas (televisión, radio, prensa, internet) instauran un nuevo orden en la producción y construcción de las intersubjetividades modernas.

Los consumos culturales mass mediáticos constituyen un recurso fundamental para la imaginación como proyecto social cotidiano. Estos signan el mundo presente no porque sean técnicamente novedosos, sino porque parecen inducir y en ocasiones condicionar la acción de la imaginación colectiva.

Sin embargo, la acción de la imaginación dentro del escenario cultural que intentamos abordar, no está completamente libre, pero tampoco bajo control, es un espacio donde los individuos y los grupos intentan admitir lo global dentro de sus prácticas de lo moderno.

“Es importante entender que el uso de los mass media en el mundo produce generalmente resistencia, ironía, selectividad y sobre todo acción”² (Appadurai 2001:21). Existe en la sociedad moderna claras evidencias de la manera activa a través de la cual la gente se apropia de los media, y este hecho debe ser tomado en cuenta al momento de analizar el rol de los media en la acción del imaginario colectivo.

Ciertamente la imaginación es hoy fundamental en todas las formas de acción, es en sí un hecho social y el elemento cardinal del nuevo orden global, pero esta debe ser estudiada y analizada desde una perspectiva amplia, sin apasionamientos teóricos extremistas y enmarcada en la complejidad y heterogeneidad que caracteriza la modernidad tardía.³

NUEVOS TERRITORIOS, NUEVAS COMUNIDADES

El auge acelerado de las tecnologías de la información y las comunicaciones aunado a la universalización de los mercados y la ruptura de los límites espacio-temporales, convierten en ineludible la reflexión sobre el rol de los mass media en la conformación de nuevos territorios.

El consumo de productos mass-mediáticos ha creado dentro de la sociedad moderna nuevas formas de interacción y relaciones. Los medios de comunicación (en especial aquellos ligados a la comunicación telemática y electrónica) han formado territorios virtuales, los cuales son capaces de movilizar ideas, opiniones y nexos sociales.

Formas de comunicación como el correo electrónico y la TV satelital, han abierto la posibilidad para la instauración de nuevos procesos comunicativos de tipo transnacional.

Appadurai, al referirse a los media

“

Los medios de comunicación a través de la masificación de la información, lecturas, placeres y formas de entretenimiento, han contribuido notablemente a que grupos de personas comiencen a imaginar y sentir cosas colectivamente.

”

electrónicos afirma que estos han provocado cambios radicales en el sector de los mass media y de otros medios de comunicación tradicionales.

“Estos media transforman el campo de la comunicación porque ofrecen nuevos recursos y nuevas disciplinas para la construcción de sujetos y mundos imaginarios... A través de efectos como su inmediata absorción dentro del discurso público y la tendencia a ser asociados con lo fascinante, cosmopolita y nuevo, los media electrónicos (ya sean ligados a la información, política, vida familiar o entretenimiento) tienden a intervenir y transformar otras formas contextuales de alfabetización”. (Appadurai 2001:16).

Los territorios virtuales que se crean a partir de la comunicación electrónica constituyen nuevas formas de intercambio y participación, conformando al mismo tiempo mecanismos de acercamiento hacia los territorios reales.

“De manera fundamental, el uso de los medios de comunicación transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos medios de ejercer el poder, disociados del hecho de compartir un lugar común” (Thompson, Jhon 1998:17).

Ciertamente ver la televisión o leer el periódico no son un sinónimo de vivir en sociedad, sin embargo no se puede ne-

gar el papel significativo de los media y la connotación simbólica que hacemos de sus productos en los procesos de socialización actuales.

Vivimos en una sociedad mediatizada, donde el flujo global de imágenes, noticias y opiniones, constituyen hoy día gran parte de la alfabetización cultural y política que los individuos instauran dentro de los territorios espaciales.

Resulta prácticamente imposible elaborar un cuadro estructurado de las múltiples mutaciones mass mediáticas que rodean la producción de territorios (reales e imaginarios), no obstante se pueden individualizar nuevas formas de comunidad y comunicación que influyen la capacidad de los territorios de ser productores de contexto y no sólo estar condicionados por el contexto.

En tal sentido, los Estudios Culturales y Comunicacionales cobran importancia desde la perspectiva del consumo cultural, ya que nos ayudan a “reconocer como se han alterado las formas de ser ciudadanos a partir de los cambios que operan en los comportamientos culturales de la gente... por el uso de las nuevas tecnologías de información y de medios de comunicación que inciden en las modificaciones de las expectativas, en las modalidades de percepción, en la manera de apropiarnos de los espacios públicos que dan sentido de pertenencia a través de los cuales una sociedad puede re-conocerse” (Bisbal y otros 1998:138).

Carlos Guzmán plantea que “la ciudad de los noventa es una multiplicidad de “tribus efímeras” basadas en lo expectante y en la declinación de la expresividad verbal en lo público, con una trama urbana policentrada y en una constante interacción entre ellos; en donde lo público se ha ido convirtiendo cada vez más de carácter no espacial desplazándose hacia la privatización del consumo-apropiación y uso simbólico cultural, como consecuencia de la retribución cada vez más atractiva que ofrecen los medios de comunicación (tv-satélite, tv-cable distribución y video), las telecomunicaciones (extensión telemática, redes) y nuevas tecnologías informáticas en la provisión de valor al usuario/consumidor de una cultura urbana “mass mediática “y/o multimedia.” (Guzmán Carlos 1998:146)

Mucho tiene de cierto la afirmación de Martín-Barbero, cuando dice que “las ciudades son los únicos territorios sin fronteras”, ya que es allí donde se convive a través de una experiencia directa con lo local, se establece una relación con el

mundo externo, es decir, pues, lo público y lo privado se entremezclan, lo local y lo universal se sumergen en el mismo proceso.

Nos encontramos ante una nueva experiencia cultural donde las redes electrónicas, los medios masivos y los productos simbólicos que estos producen, están demarcando la diagramación de espacios y comunidades.

Según Martín-Barbero “estamos habilitando un nuevo espacio comunicacional en el que “cuentan” menos los encuentros y las muchedumbres que el tráfico, las conexiones, los flujos y las redes. Estamos ante nuevos “modos de estar juntos” y unos nuevos dispositivos de percepción que se hallan mediados por la televisión, el computador y dentro de muy poco por la imbricación entre televisión y la informática en una acelerada alianza entre velocidades audiovisuales e informacionales”. (Martín Barbero 2002:4)

Los consumos mass mediáticos conforman uno de los mecanismos de reconstrucción de la sociabilidad. Estos crean nexos desligados de un territorio fijo, articulan sensibilidades y panoramas donde predomina la tolerancia cultural. De esta forma se crean comunidades virtuales y territorios cibernéticos que instauran nuevas maneras de sentir, construir y expresar las identidades.

A través de la televisión, el video y otras formas electrónicas de comunicación, los individuos participan en la conformación de nuevos escenarios culturales, de esta manera la acción de la imaginación, por medio de la cual se produce y nutre la localidad intersubjetiva, se convierte en un “palimpsesto”⁴ impresionante de aspectos fuertemente locales y tras-locales.

En este sentido, la mediación electrónica de la comunidad dentro del mundo diaspórico actual, crea un sentido más complejo, disyuntivo e híbrido de intersubjetividad local.

CONSUMOS MASS MEDIÁTICOS: ENTRE OFERTA GLOBAL Y CONSUMOS LOCALES

En América Latina, la dicotomía entre doméstico-extranjero, nacional e internacional y las relaciones entre global y local en materia de ofertas y consumos mass mediáticos han abierto un debate político-intelectual sobre la invasión e impacto cultural de los productos globales.

Entre los años setenta y ochenta este debate se centró en una teoría de la glo-

balización basada en el dominio, dependencia cultural, control ideológico e imitación de las culturas dominantes; enmarcando los flujos mass mediáticos globales dentro de un proceso de comunicación conductista, donde la audiencia es tipificada como simples receptores pasivos.

Los trabajos realizados en Latinoamérica desde finales de los años ochenta contribuyeron notablemente a reorientar el análisis y las reflexiones sobre los media y su inserción en la sociedad globalizada. Esto implicó desmontar paradigmas antagónicos que habían tipificado los estudios sobre los mass media y la globalización.

La globalización no implica la unificación cultural, o un simple movimiento de homogeneización sustitutiva de lo local, por el contrario dicho fenómeno trae consigo fragmentación, diferencias y desigualdades. García Canclini (1990) manifiesta que en la modernidad, los medios pasan a ocupar un papel creciente en la integración del imaginario urbano disgregado.

Marcelino Bisbal, por su parte considera urgente la búsqueda de nuevos parámetros de significación para estudiar la relación mass-media globalización y modernidad. “Implica comprender que la modernidad actual, la de aquí y ahora, está atravesada menos por el racionalismo elaborado y academicista y más por el desecho y el desorden de la cotidianidad y de la cultura de los grandes medios. Este aspecto determina un mapa cultural bien distinto al de antaño, pero también implica una teoría social que dé cuenta de cómo los medios están siendo tan constitutivos y tan constituyentes de lo que hoy somos”. (Bisbal, Marcelino 1999:38).

Para entender e interpretar y reconstruir el panorama entre consumos mass mediáticos y globalización, proponemos romper con el “paradigma de los media imperialistas”, el cual parte del modelo conductista de comunicación y establece que las culturas nacionales o locales de países fuertemente expuestos a productos mediáticos de origen extranjero, tienen el riesgo de ser absorbidas dentro de un proceso de homogeneización que las conduce a asumir modelos de las culturas dominantes a escala mundial; llevándonos así a una homogénea metacultura global.

La relación consumos mass mediáticos-globalización debe ser estudiada a partir de una perspectiva donde el proceso comunicativo es una práctica dialógica e interactiva a través de la cual los significados circulan, vienen cambiados, interpretados, negociados, transformados y posiblemente compartidos.

Dentro del campo cultural, los contactos y relaciones con formas o productos de origen no doméstico, dan vida en la mayor parte de los casos a nuevos productos híbridos, originales e inconfundiblemente domésticos.

Casi con la misma rapidez que los flujos mass mediáticos globales irrumpen dentro de nuevas sociedades, estos tienden a ser “domesticados” por los receptores locales.

Existe un proceso de “indigenización”⁵ a través del cual formas y expresiones culturales externas son apropiadas, reelaboradas y reconstruidas por las sociedades locales en configuraciones consonas con autóctonos sistemas de significados, generando formas y expresiones que dentro de su naturaleza híbrida (producto de mezcla de ingredientes nativos y no nativos), son reconociblemente marcadas de elementos domésticos y conforman desde cada perfil, originales y auténticas creaciones de la cultura local.

Estamos en presencia de un proceso de apropiación que contempla la remodelación de los productos globales, dentro de formas y configuraciones de lo local.

Las posiciones desequilibradas y asimétricas en las cuales por lo general se establecen las relaciones interculturales (en materia de flujos mass mediáticos) y el hecho innegable de la expansión global de algunos productos mediáticos, no impiden que las culturas situadas localmente activen dinámicas de apropiación y transformación de los modelos y significados de origen externo, reconstruyendo a partir de ello, versiones o variantes “localizadas” y heterogéneas.

Es una conjetura simplista asumir que las audiencias de decena de países diversos compartan una misma cultura porque comparten algunos flujos mediáticos globales.

Tal y como señala Martín Barbero (1987), los públicos filtran y reorganizan aquello que proviene de la cultura hegemónica y luego lo integran y lo fusionan con aquello que forma parte de su memoria histórica.

El controversial nexo entre consumos culturales mass mediáticos y globalización ha sido sobrevalorado, sobre todo en el ámbito de los efectos, ya que las culturas locales mantienen dentro del contexto de los fenómenos globalizantes fuertes vínculos territoriales que conducen a la producción de localidad.

Es fundamental romper con la segmentación global-local en materia de consumos mass mediáticos; lo local y lo global encuentran espacios de interacción re-

cíproca y se pueden articular el uno dentro del otro.

La localización tendrá un rol siempre más crucial dentro de las industrias culturales mundiales. Un ejemplo de lo expuesto lo conforma el suceso generado por la localización de algunas industrias de televisión satelital como CNN y MTV. (Tycoon Globale Rupert Murdoch 1990)

No existe cultura que no incorpore en diferente medida ideas o valores que provienen de lo externo, y esto es válido tanto para las culturas que hoy definimos globales como para las culturas locales.

Esto no implica un proceso de alienación, es simplemente producto de las nuevas dinámicas culturales donde se abren procesos de negociación, apropiación e hibridación.

Lo local⁶ tendrá siempre un espacio dentro de la globalización cultural, y aún cuando parezca paradójico los flujos mass mediáticos globales jugarán un rol preponderante en la producción, creación y redimensión de la localidad; a través del consumo y su connotación simbólica.

Dentro de este "paisaje cultural"⁷ caracterizado por los flujos globales, desterritorialización y viajes continuos, el consumo como práctica cultural constituye la vía para entender no sólo las ideas de multiculturalidad, negociación y tolerancia que caracterizan los procesos de construcción de identidades, sino que además es vital para interpretar la permanencia de lo local.

Es así como las narrativas⁸ cumplen un papel protagónico en nuestros días, ya que a través de su fuerza integradora y en el marco de la hibridación, y apropiación simbólica, resguardan el lugar de lo local.

Cuando abordamos la dicotomía entre global y local en materia de la oferta mass mediática, es fundamental incluir dentro del análisis una evaluación crítica de la audiencia, no como simples receptores pasivos de mensajes, sino como sujetos activos dentro de los procesos de consumo.

Esta aserción crítica de la audiencia, implica como señala Martín-Barbero "que empecemos a cambiar las preguntas que nos permitan comprender qué hace la gente con lo que escucha o que mira, con lo que lee o con lo que cree, comenzar a indagar esa otra cara de la comunicación que nos devela los usos que la gente hace de los medios, usos mediante los cuales colectividades sin poder político ni representación social asimilan los ofrecimientos a su alcance, sexualizan el melodrama, derivan de un humor infame hilos satíricos, se divierten y conmueven sin modificarse ideoló-

gicamente, vivifican a su modo su cotidianidad y sus tradiciones convirtiendo las carencias en técnicas identificadoras". (Martín, Barbero 1996: 213)

Las audiencias no son consumidores inertes, sino que por el contrario reelaboran activamente los productos mass mediáticos que tienen a su disposición y se apropian de los mismos a partir de la cultura y los contextos de la vida cotidiana a la cual pertenecen.

Es preciso tomar en consideración las transformaciones simbióticas que ha sufrido el hecho social, y diseñar a partir de esta concepción instrumentos socio-antropológicos para abordar no sólo la inserción de los consumos mass-mediáticos en la sociedad, sino también la apropiación y resignificación simbólica que la audiencia hace de los mismos; ya que esto está signando nuevas hermenéuticas para la lectura transversal de los tiempos modernos.

■ **Adilem Bueno Morles
y Viviana Márquez Cuauro**
**Profesoras de la Facultad de
Ciencias de la Comunicación
Social de la Universidad Católica**
Cecilio Acosta

Notas y referencias bibliográficas

AGUIRRE, J., BISBAL M., GUZMAN C. y otros (1998). *Consumo Cultural del Venezolano*. Centro Gumilla. CONAC.

APPADURAI, Arjun (2001). *Modernità in polvere*. Meltami editore.

BENEDICT, Anderson (2000). *Comunità Immaginate. Origini e fortuna dei nazionalismi*. Manifesto libri.

BERMÚDEZ, Emilia (2001). "Malls" *Consumo cultural y representación de identidades juveniles en Maracaibo*. (Proyecto de tesis doctoral. Universidad del Zulia).

_____ (2002). *Procesos de Globalización e identidades. Entre espantos, demonios y espejismo. Rupturas y conjuros para lo "propio" y lo "ajeno"* CLACSO.

BISBAL, Marcelino (1999). *La idea del consumo cultural. Teoría, perspectivas y propuestas*. En *Revista Comunicación*. N° 108. Centro Gumilla. Caracas. Venezuela. Pág. 32-39

BUONANNO, Milly (1999). *Indigini si diventa*. Sansoni. Milano.

BORJA, Jordi. (2000). *Notas sobre la ciudad y la ciudadanía. Nuevos derechos de los ciudadanos como respuesta política a los nuevos territorios*. *Sala de Lectura*. (Revista electrónica). (Consulta: 2002, mayo 10).

CRANE, Diana (1997). *La produzione culturale*. Bologna. Il Mulino.

GARCIA, C. Néstor (1997). *Imaginario urbano*. Editorial Universidad de Buenos Aires.

_____ (1995) *Ciudadanos y Consumidores*. México. Editorial Grijalbo. 1era Edición.

_____ (1998) *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México. Editorial Grijalbo.

GEERTZ, Clifford (1987). *Interpretazione di cultura*. Bologna. Il Mulino.

GIDDENS, Anthony (1999). *Identità e società moderne*. Napoli. Ipermedium.

GUINSBERG, Enrique. (1997) *Que buscan los receptores. Una perspectiva psicológica y psicoanalítica*. En *TELOS* N. 48. Cuadernos de Comunicación. Diciembre 1996. Febrero 1997.

HOPENHAYN, Martín. (1996). *Jóvenes comunicación y sociedad*. En *Pensar Iberoamérica Revista de cultura*. (Revista en línea). (Consulta: 2002, mayo 10).

MATO, Daniel. (1996) *América Latina en tiempos de globalización: procesos y transformaciones sociopolíticas*. Caracas. ALAS-UCV-UNESCO.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. (1987) *De los medios a las mediaciones*. México. Editorial Gustavo Gil.

_____ (2002). *Comunicación de fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?* En *TELOS*. N° 47 Cuadernos de Comunicación Tecnología y Sociedad. Septiembre-Noviembre 1996.

_____ (2002) *El reto de las identidades y la multiculturalidad*. En *Pensar Iberoamérica. Revista de Cultura*. (Revista electrónica). (Consulta: 2002, mayo 10).

MATTELART, Armand. (1997) *La institucionalización de los estudios de la comunicación. Historia de los Cultural Studies*. En *Revista TELOS*. N° 49 Marzo-Mayo. Venezuela.

¹ En el sentido expuesto por Benedit Anderson en *Comunità immaginate*. Italia, Manifesti libri (2000)

² Es una traducción del término agency, el cual constituye una clave dentro de las ciencias sociales post-estructuralistas. Agency implica una atención nueva al individuo, un fuerte anti determinismo social y la negación a cualquier pasividad externa del individuo que lo reduzca a un instrumento de la cultura o de la sociedad.

³ Ver Bauman. *Dietro la globalizzazione*. Le conseguenze sulle persone. Italia, Il mulino.

⁴ Desde la perspectiva manejada por Martín Barbero y Milly Bonanno.

⁵ Término utilizado por Appadurai para explicar el proceso de apropiación simbólica de los productos mass mediáticos globales por parte de los receptores locales.

Ver la teoría de la indigenización expuesta por Milly Bonanno en *Indigini si diventa*. Italia: Sansoni. (1999)

⁶ Lugar antropológico, es decir un espacio caracterizado por ser, para los sujetos, fuente de identidad individual, de relaciones y de historia común. Auge (1993)

⁷ Término usado por Bisbal para definir el panorama cultural de la modernidad.

⁸ Forma a través de la cual la sociedad se cuenta a sí misma. Ver Milly Bonanno en *Indigini si diventa*. Italia: Sansoni. (1999)

como audiencia

Galería de Papel. Yampayec, Reflejos Ancestrales. Gerda Riechert (2003)



■ Gustavo Hernández Díaz

de la televisión

RECONOCERSE

Guillermo Orozco incorpora a su teoría de la Educación en Televisión un elenco de temas claves que provienen de la pedagogía de la imagen de Mario Kaplún. En líneas generales, estos temas son: a) la socialización y la problematización del conocimiento, b) la crítica a los modelos unidireccionales de transmisión del saber, c) el interaccionismo simbólico y d) el conocimiento sociocultural de la audiencia de los medios de comunicación.

Orozco¹, al igual que Kaplún, insiste en que es indispensable comprender a la audiencia de los medios, antes de desarrollar cualquier modelo educativo orientado a enseñar en televisión. Vale recordar que la pedagogía de la imagen de Kaplún se inspira en el sabio adagio inglés que reza: "Si quieres enseñar latín a Pedro, ante todo has de conocer a Pedro y, además, saber latín"².

De acuerdo a este adagio, podemos inferir que para Orozco *Conocer a Pe-*

dro..., significa *Conocer el proceso de ver televisión de los educandos con fines educativos*. En otras palabras, la educación televisiva plantea: "(1) *indagar la situación de la audiencia frente a la televisión*, explorando las múltiples mediaciones de que es objeto su compleja interacción con este medio, para luego... (2) *diseñar estrategias de análisis e intervención que permitan a los miembros de la audiencia reconocerse como tales y aprovechar pedagógicamente la televidencia*."³

Seremos capaces de reconocernos como audiencias de la televisión cuando aprendamos a diferenciar entre un espectador impulsivo y un espectador reflexivo, entre un espectador irracional y un espectador selectivo, entre un espectador adicto a la *pantalla chica* y un espectador que sabe administrar las horas de exposición televisiva; las sabe administrar porque la televisión no es el epicentro de su vida.

La Educación en Televisión enseña a comprender la dimensión institucional, lingüística, mediática y técnica de la tele-

Resumen

Se analiza la teoría de la Educación en Televisión de Guillermo Orozco Gómez a través de los siguientes aspectos: 1) La educación televisiva de las audiencias; 2) El paradigma cualitativo en la educación televisiva; 3) La teoría de la mediación social; 4) Tele-E-Videnciar el proceso de ver televisión; y 5) La visualidad electrónica de la televisión.

Abstract

This article analyzes the theory of education in TV (Guillermo Orozco Gómez) in four major areas: 1. The televised education of audiences; 2) The qualitative paradigm of televised education; 3) The theory of social mediation; 4) Tele-evidence in the process of watching TV; 5) The electronic visuality of TV.

visión y, por otro lado, orienta pedagógicamente las mediaciones socioculturales que actúan de manera simultánea en la interpretación de los mensajes. En este modelo educativo, los educandos expresan, de manera libre y espontánea, sus opiniones acerca de la televisión. Por supuesto que estas opiniones serán más genuinas en la medida en que logren autoexaminarse como audiencia.

Siendo más precisos, los educandos aprenderán a autoexaminarse *como audiencia*, siempre y cuando reflexionen con mucho detenimiento en el aula: a) los diversos usos y gratificaciones que le atribuyen a la televisión; b) los tipos de programas que asiduamente ven; c) las reacciones de conformidad y disconformidad ante los mensajes; d) los grados de criticidad ante la oferta televisiva existente; e) las conductas concretas que generan los programas; y f) las tensiones educativas que se suscitan entre la televisión, la escuela y la familia, sólo por citar algunos aspectos.

Se infiere entonces que la educación televisiva no se acerca al aula con las manos vacías ni mucho menos pretende imponer sus contenidos. La misma dinámica escolar decidirá si es necesario complementar, descartar y hasta proponer aquellos temas sobre la televisión que le son de especial interés, y que merecen conversarse en la familia, la escuela y con los grupos de amigos. Asimismo, el currículo de este modelo educativo incentiva el diálogo y la reflexión constructiva del saber. Los contenidos que se van a trabajar en el aula tienen que ajustarse a los requerimientos socioculturales de los educandos, para que el aprendizaje sea eficazmente significativo.

2. EL PARADIGMA CUALITATIVO EN LA EDUCACIÓN EN TELEVISIÓN

La Educación en Televisión declara su ruptura epistemológica con el paradigma positivista. El conocimiento deja de ser una representación positivista, lineal y absoluta de lo que acontece en la realidad y, por ende, deja de ser independiente del hombre que la construye. Para la epistemología cualitativa el conocimiento representa los puntos de vista que el sujeto social elige para interpretar la realidad. Así pues, la educación televisiva, siguiendo la perspectiva cualitativa, cuestiona la teoría de la aguja hipodérmica de *mass communication research* norteamericana. Esta teoría sostiene que los medios masivos

“

Seremos capaces de reconocernos como audiencias de la televisión cuando aprendamos a diferenciar entre un espectador impulsivo y un espectador reflexivo, entre un espectador irracional y un espectador selectivo, entre un espectador adicto a la pantalla chica y un espectador que sabe administrar las horas de exposición televisiva.

”

vos persuaden a las audiencias para que se conviertan en receptores pasivos de los mensajes, sin que estos puedan resistirse. El mensaje y el receptor son, en este caso, entidades separadas e independientes⁴.

La Educación en Televisión sustituye la palabra *receptor* por el de *audiencia*, porque para la sociología de la comunicación positivista el término *receptor* connota un tipo de entidad técnica que descifra de manera automática e irreflexivamente los mensajes masivos. En tal sentido, prefiere el término audiencias, en tanto que éstas son sujetos sociales, activos e interactivos, que entablan una relación constructiva con el referente mediático.

Para la educación reflexiva de la televisión no es lo mismo estudiar a las audiencias de los medios masivos desde funcionalismo de Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton, que desde el interaccionismo simbólico de George H. Mead y Hebert Blumer.

El funcionalismo sociocomunicacional percibe los medios de comunicación masiva como un subsistema que se integra armoniosamente con el resto de los subsistemas sociales, para garantizar el equilibrio y la integración del conjunto social. Según Lazarsfeld y Merton⁵, los medios refuerzan la cohesión social mediante: a) el otorgamiento de status a los problemas

públicos, a las personas, a las organizaciones y a los movimientos sociales, b) la reafirmación de normas sociales, c) la disfunción narcotizante de los mensajes masivos; y d) el conformismo social.

El enfoque funcionalista soslaya cuáles son las críticas y los dissentimientos con respecto a los medios masivos. Su motivación central es escudriñar, desde una posición distante, los deseos, las ilusiones y las frustraciones de las audiencias, para venderles estereotipos de vida y mercancías deseables. Su visión se halla estrictamente comprometida con las técnicas mercadológicas, las cuales buscan asegurar que las industrias culturales del entretenimiento sean económicamente rentables para sus propietarios.

En cambio, el paradigma interaccionista, según Mead⁶ y Blumer⁷, no se ocupa en describir el funcionamiento ideal de la sociedad, como si fuesen piezas aceitadas de una máquina, sino que centra su atención en explicar e interpretar los significados y los discursos de los sujetos sociales. Este paradigma se basa en tres premisas básicas: 1) “El ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que significan éstas para él. 2) El significado de estas cosas se deriva de, o surge como consecuencia de la interacción social que cada cual mantiene con el prójimo. 3) Los significados se manipulan y modifican mediante un proceso interpretativo desarrollado por la persona al enfrentarse con las cosas que va hallando a su paso”⁸. Estas tres premisas reflejan, en conjunto, que el significado de las cosas se origina, directa o indirectamente, de la interacción social.

El interaccionismo simbólico es sumamente útil para la pedagogía de la televisión en virtud de que subraya la necesidad de que los educandos compartan los significados y los juicios de valor cultural que se le atribuyen a los mensajes, a partir del estudio sistemático que emerge de la descodificación del discurso televisivo. Esta perspectiva se nutre de los supuestos del pensamiento hermenéutico que mantiene una radical discrepancia con el razonamiento hipotético-deductivo y con la neutralidad valorativa y predictiva del positivismo lógico.

La Educación en Televisión se edifica en el paradigma cualitativo de las ciencias sociales, debido a que esta modalidad educativa tiene como meta estudiar las interpretaciones, comprensiones y significados de los educandos en torno a la televisión. Con ello se pretende crear espacios de discusión en el aula que nos

permita entender: a) que la televisión se haya incorporada a nuestras vidas; b) que ella amerita ser razonada y comprendida no en forma aislada, sino vinculada dentro de un sistema social complejo; c) que la experiencia con la televisión, es única, subjetiva y muy personalizada; y d) que las interpretaciones de la televisión se socializan en el tejido social. Digamos que la experiencia televisiva se vincula con el dinamismo histórico y cultural de las sociedades.

La epistemología que nos resulta más ilustrativa en la educación televisiva, es la *epistemología del encantamiento*, desarrollada por el psicólogo social Pablo Fernández Christlieb⁹. En esta epistemología los sujetos sociales establecen: “un nivel de inteligibilidad mutua que les permite internalizar las características del otro, comprenderse recíprocamente, penetrarse, empatizar, y establecer un diálogo en el que cada uno expone sus necesidades, expectativas, ofrecimientos y cualidades”¹⁰.

La asunción de la epistemología del encantamiento o del conocimiento intersubjetivo que plantea este autor, sin duda alguna, nos lleva a hacer la salvedad de que en la Educación en Televisión no es sensato hablar de *sujeto y objeto*, sino de sujetos que comparten conocimientos y sensibilidades. En el ambiente escolar, el educador y el educando aprenden juntos debido a que crean espacios de discusión para el intercambio del consaber. De manera que el educando no es distanciado como un objeto que debe ser observado y medido, como si fuera motivo de atención del conductismo más clásico.

La Educación en Televisión, desde la perspectiva cualitativa, cuestiona el *modelo tradicional* y el *modelo conductista* de la pedagogía. Y propone como alternativa una educación participativa que fomente el diálogo, la problematización, la construcción del pensamiento así como la socialización del saber.

Para el pedagogo Rafael Flóres Ochoa¹¹ el modelo educativo tradicional moldea la voluntad, la espontaneidad, la virtud y el ímpetu del educando, mediante el inclemente rigor de la disciplina. Sobre esto podríamos decir, siguiendo el pensamiento de Fernández Christlieb¹², que el modelo pedagógico tradicional se sustenta en la *epistemología de la distancia*, la cual se evidencia cuando el educador divulga sus conocimientos en forma unidireccional sin que exista la posibilidad de un diálogo genuino. Obviamente no se puede dialogar cuando la informa-

“

La Educación en Televisión, desde la perspectiva cualitativa, cuestiona el modelo tradicional y el modelo conductista de la pedagogía. Y propone como alternativa una educación participativa que fomente el diálogo, la problematización, la construcción del pensamiento así como la socialización del saber.

”

ción transita en un sólo sentido. ¿Pero por qué ocurre esto? ¿No será porque el educador teme perder su imagen de autoridad si se compromete intelectual y emocionalmente con el educando? Lo cierto es que en este régimen educativo, el educador es considerado un experto en la materia, pese a que no lo sea, y el educando es percibido como un *objeto*, que debe ser moldeado a toda costa.

Por otra parte, siguiendo esta vez a Orozco¹³, el modelo educativo conductista establece una serie de leyes generales que regularizan y estandarizan el currículo o la organización de la estructura académica de formación. Se automatiza y se simplifica la complejidad del conocimiento hasta el punto de que se reproduce en serie y en forma descontextualizada los planes de estudio, los contenidos del curso académico, la planificación del aprendizaje, los objetivos de las asignaturas, las actividades escolares así como la evaluación del conocimiento.

La Educación en Televisión también suscribe la Investigación Participativa de Orlando Fals Borda¹⁴. Los supuestos centrales de esta propuesta de investigación son: 1) la contextualización del saber, 2) el saber práctico, 3) la participación y la socialización, 4) la subjetividad y el consenso y 5) la causalidad múltiple.

En primer lugar, la educación televisiva considera que el conocimiento que se va a impartir en el aula tiene que *contextualizarse*. Tiene que estar en total sintonía con el entorno psicosocial del educando. Lo cual implica que el conocimiento que se gesta al interior de la educación televisiva no es abstracto ni universal, sino más bien situacional, ya que es especialmente útil en la transformación de condiciones sociales específicas.

En segundo lugar, la educación televisiva se entiende como un *saber práctico* o *aplicado*. En este sentido, este tipo de educación “renuncia a la generación de un saber puro, desinteresado, neutral, que caracteriza al conocimiento científico ortodoxo”¹⁵. El conocimiento generado en el ambiente escolar proporciona conceptos para actuar sobre la realidad. La intencionalidad del educando es modificar su relación con la televisión, lo cual implica ser un sujeto más reflexivo y advertido con respecto a los mensajes, y no conformarse con sólo procesar un determinado conocimiento que se sume a su acervo intelectual.

En tercer lugar, la educación televisiva fomenta la *participación* y la *socialización del saber*. Tanto el educador como el educando trabajan armónicamente en condiciones de igualdad valorativa y contributiva. Señala Orozco que: “los tradicionalmente investigados se vuelven ahora, de manera concomitante, investigadores”¹⁶. Rusque¹⁷ diría que la participación se daría: “como un proceso de interpretación y de tipificación mutua realizada por los actores involucrados y el investigador”¹⁸. De tal manera que desde la perspectiva de la investigación acción, la educación televisiva es coparticipativa, ya que el educador y el educando investigan juntos la relación que establecen entre la televisión y la sociedad.

En cuarto lugar, la educación televisiva valora la *subjetividad* y el *consenso*. La subjetividad del individuo no se define desde afuera, no depende de fuerzas exteriores, sino que se edifica en la compleja unidad dialéctica entre el sujeto y su entorno social. La subjetividad cristaliza en las acciones del individuo y en su historia personal y colectiva. Al respecto, anota Fernando González Rey que: “El sentido que las cosas tienen para el sujeto *está mediatizado por su propia reflexión y posición hacia ellas, con lo cual su acción consciente no es un determinante absoluto*, pero pasa a ser uno de los elementos de la configuración del sentido que las cosas tendrán para él”¹⁹.

Y en quinto lugar, la educación televisiva postula que el proceso de ver televisión se halla *determinado múltiplemente* y que, por lo tanto, dicho proceso dista de explicarse a través de la relación unidireccional que establece el individuo con la televisión. La recepción televisiva es un proceso que está mediado no sólo por la televisión, sino también por el conjunto de las instituciones sociales. La televisión no está sola o en el vacío. De allí que la causalidad múltiple nos sugiere que para poder conocer las influencias de la televisión es necesario: “interrelacionar adecuadamente diferentes causas y efectos, distintas condiciones y determinaciones, diversas percepciones y valoraciones”²⁰. Esta postura no refiere a una *causa* para un *efecto*, sino que existen múltiples causas que pueden explicar un efecto determinado. Diríamos entonces que el proceso de recepción televisiva es *multi-mediado*, debido a que los sujetos sociales se nutren de diversas fuentes de mediación para interpretar los mensajes. Algunas de estas mediaciones son: el género de los sujetos, la edad, la ubicación territorial y cultural, las competencias comunicativas, entre otras.

3. LAS MEDIACIONES EN EL PROCESO DE VER TELEVISIÓN

El concepto de mediación de Orozco encuentra sus antecedentes inmediatos en la teoría de la mediación de Martín Serrano y de Martín-Barbero, en la teoría de la estructuración de Anthony Giddens y en los estudios críticos de las audiencias de James Lull.

Manuel Martín Serrano, catedrático en epistemología de la comunicación de la Universidad Complutense de Madrid, fue el primero en utilizar el término *mediación* en el campo de la sociología crítica de la comunicación. Este autor plantea que los medios masivos operan a través de dos tipos de mediaciones: la cognitiva y la estructural. La *mediación cognitiva* de los medios consiste en persuadir a las audiencias para que se habitúen a aceptar los cambios sociales, aunque para ello sea preciso transformar la concepción del mundo de las audiencias. Y la *mediación estructural* de los medios está orientada a lograr que aquello que cambia llegue a retroalimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor. Se dice que los medios masivos tienen un doble reto, por un lado, ofrecen a las audiencias modelos de representación del

“

El enfoque centrado en los medios deja demasiadas cosas sin responder. Por ejemplo, no explica las complejidades y las ambigüedades de la audiencia; deja a un lado el análisis de las condiciones culturales de producción del sentido; suspende el análisis de las contradicciones, de las expectativas y del sentido común.

”

mundo que legitiman los valores sociales establecidos y, por otro, aseguran la producción seriada de esos modelos de representación mediante la redundancia de la información.

Otras influencias conceptuales que ha recibido la teoría de las mediaciones de Orozco, han sido las de Martín-Barbero²¹. Este filósofo de la comunicación entiende por mediación a: “*ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción: lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver*”²². De modo que la mediación es aquella instancia cultural desde donde se confiere sentido al proceso de comunicación.

Observamos que en el concepto de mediación se privilegia la cultura como la gran mediadora de todo el proceso de producción comunicativa. Es por ello que Martín-Barbero aboga por el estudio de las competencias culturales de las audiencias y, por lo tanto, está en desacuerdo con la investigación en comunicación masiva que ha otorgado especial interés en los estudios psicológico-conductistas de los efectos y en el análisis semiótico-es-

tructuralista de los mensajes, soslayando, de manera explícita o inconsciente, el conocimiento de las audiencias desde la epistemología cualitativa.

Los estudios de los contenidos y de los efectos llegaron a aseverar que los sujetos sociales eran reducibles a los impactos esperados por la comunicación. Se creía que los mensajes masivos transmitían de manera unidireccional y automática la ideología dominante del sector hegemónico de poder. “Tanto el dispositivo del efecto, en la versión psicológico-conductista, como el del mensaje o el texto en la semiótico-estructuralista, terminaban por referir el sentido de los procesos a la immanencia de lo comunicativo”²³. Desde esta perspectiva, la audiencia era pasiva y manipulable ya que dependía de las determinaciones económicas y tecnológicas de los medios y de los efectos de los mensajes.

Es por ello que Martín-Barbero objeta el enfoque *mediocentrista* merced a que refleja una concepción omnipresente y omnipotente del poder de los medios, y que condujo a la creencia de que “con sólo analizar los objetivos económicos e ideológicos de los medios masivos podía saberse qué necesidades generaban y cómo sometían a los consumidores”²⁴.

El enfoque centrado en los medios deja demasiadas cosas sin responder. Por ejemplo, no explica las complejidades y las ambigüedades de la audiencia; deja a un lado el análisis de las condiciones culturales de producción del sentido; suspende el análisis de las contradicciones, de las expectativas y del sentido común; deja fuera las mediaciones sociales de las audiencias y, por ende, los contextos culturales donde realmente se configuran los imaginarios simbólicos que se le atribuyen a los mensajes masivos a partir del intercambio social.

En la teoría de la mediación de Orozco, el término *estructura* ocupa un lugar importante al momento de referirse al conjunto de mediaciones que configuran la interpretación de los mensajes masivos. Este término abreva fundamentalmente de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens y de la teoría de las reglas sociales de James Lull.

Para Giddens la *estructura* se entiende como: “reglas y recursos con implicación recursiva en una reproducción social; ciertos aspectos institucionalizados de sistemas sociales poseen propiedades estructurales en el sentido de que por un tiempo y por un espacio hay relaciones que se estabilizan”²⁵. Esta propuesta teó-

rica destaca la importancia de los sujetos sociales en la construcción de estructuras sociales que establecen las condiciones para la realización de las prácticas y acciones cotidianas concretas. Según este autor la estructura social nace de la articulación dinámica de las instituciones dentro de un sistema social. El funcionamiento de las instituciones se observa mediante la reproducción social de un conjunto de reglas y recursos que comporta elementos normativos y códigos de significación que se generan en la interacción diaria. De esta manera, la noción de estructura no es un término abstracto, al margen del sujeto social, sino que más bien adquiere sentido gracias a las prácticas cotidianas y a las modalidades de existencia que se expresan en un contexto histórico determinado.

Otro de los conceptos que utiliza Orozco para desarrollar su teoría de las mediaciones sociales es la noción de reglas sociales de James Lull²⁶. En tal sentido, para Lull el concepto de *regla* es de gran importancia en las prácticas sociales porque nos provee de guías o mapas mentales que nos permiten intercambiar significados en los territorios sociales. La regla es un término muy familiar, que desde el sentido común, nos indica lo que se debe hacer, lo que está prohibido, o el modo en que debe hacerse algo.

Las reglas establecen un valor compartido e instauran procedimientos sociales apropiados con el fin de que la comunidad interesada evalúe su cumplimiento. Siguiendo el pensamiento de Lull, para Orozco: "las reglas son elementos que actúan como parte de una normatividad que trasciende a los mismos sujetos que las invocan y las siguen, pero que son susceptibles de transformación y en cuya definición intervienen los mismos sujetos"²⁷. Por ejemplo, a veces se establece una marcada tensión entre la mediación cognitiva y la mediación de la institución televisiva. Algunos sujetos consideran que la televisión hay que rechazarla de plano, que no hay nada que aprender de este medio, que sus efectos son catastróficos en la mente de los niños, mientras que otros opinan que a pesar de que la televisión presenta contenidos violentos, no es la causante de todos los males de la sociedad. La mediación de la televisión puede actuar como agente cooperante de la violencia familiar y contextual. Y ello ocurre cuando la audiencia carece de repertorios culturales alternativos que le permita reflexionar y hacer consciente el proceso de ver televisión.

“

Para Orozco: "las reglas son elementos que actúan como parte de una normatividad que trasciende a los mismos sujetos que las invocan y las siguen, pero que son susceptibles de transformación."

”

Uno de los planteamientos centrales de la Educación en Televisión de Guillermo Orozco es la teoría de la mediación. Esta teoría tiene la originalidad de que proporciona un elenco de conceptos de la psicología social y de la sociología de la comunicación que es esencial para que el sujeto social (en este caso el educador y el educando) aprenda a reconocerse como audiencia o usuario de la televisión.

Reconocerse como audiencia en este caso corresponde a tener una idea clara de lo que se entiende por: a) audiencia b) mediación, c) fuentes de mediación, d) tele-e-videncia, e) visualidad electrónica de la televisión, f) comunidades de apropiación y de interpretación y g) estrategias televisivas. Estos conceptos los iremos desarrollando en este apartado.

Fíjense que para Orozco es prioritario que la audiencia comprenda por qué se es televidente, cómo se llega a ser televidente, y cuáles son las cualidades que identifican al televidente. La educación televisiva, según este investigador, se localiza y se desarrolla en el sujeto y en las significaciones que éste le asigna a los géneros televisivos.

En la interesante obra de Orozco, hemos detectado, hasta los momentos, cuatro sentidos importantes que caracterizan el concepto de mediación. Así pues, este autor describe la *mediación* como:

A) Un conjunto de "influencias que estructuran el proceso de ver televisión"²⁸.

Orozco prefiere emplear el concepto de *influencia* en lugar del concepto de *efectos* porque, según el enfoque positivista de la sociología de la comunicación, la teoría de los efectos remite a un determinismo psicológico conductista, que sostiene que los mensajes producen efectos unidireccionales en la audiencia, sin que ésta sea capaz de analizarlos a partir de su contexto sociocultural. En cambio el concepto de *influencia* admite que la misma audiencia puede rechazar, complementar y hasta reforzar la emisión de los mensajes. También se habla de influencias porque no existe una relación directa y causal entre los contenidos difundidos por la televisión y sus posibles impactos en la audiencia.

El sociólogo Harold D. Lasswell²⁹ fue uno de los máximos exponentes de esta visión restringida de los efectos de la comunicación. Para este investigador, que perteneció a la Mass Communication Research norteamericana de la década del 50, el objetivo de cualquier tipo de mensaje consistirá en provocar una *reacción-efecto* a corto plazo en el *receptor-audiencia*. Desde esta concepción, la comunicación masiva transmite suficientes mensajes-estímulos para generar las respuestas esperadas y calculadas por la entidad *emisora*.

Lasswell asume los principios generales del conductismo watsoniano, toda vez que considera que la comunicación masiva se explica mediante la fórmula **E-R** (estímulo-respuesta), en donde **E** representa el mensaje o estímulo comunicativo y **R** es la respuesta inmediata del receptor. Según este investigador, un "acto de comunicación es completo entre dos personas cuando entienden el mismo signo del mismo modo"³⁰. Nótese que aquí es importante que el receptor entienda lo que dice el mensaje, en la forma más lineal y denotativa del término, quedan relegada a un segundo plano, las posibles interpretaciones que éste le atribuya a los mensajes, ya sea para objetarlos o para reafirmarlos.

De acuerdo con Orozco, el proceso de ver televisión no se cife al mero acto de encender o apagar la televisión. Así pues, ver televisión no implica una coyuntura o un momento. La interacción con el medio televisivo es un proceso que antecede y prosigue la mera actividad de ver televisión. Cuando se está frente a la pantalla se tiene una relación directa con el mensaje, sin embargo, la relación no concluye cuando se termina un programa en particular.

Orozco ha constatado a través de los estudios cualitativos de las audiencias que: “la televisión los niños la traen en la mente, y los niños la llevan al salón de clases, hablan de lo que vieron ayer o en la noche, juegan durante el recreo a lo que vieron y, perfectamente, el maestro puede trabajar con esa apropiación que hayan hecho de la televisión. Incluso pueden trabajar esa apropiación, sin necesidad de volver a encender el televisor en el aula”³¹.

Se entiende entonces que la audiencia traslada el mensaje original de la televisión a otros escenarios con los que regularmente se relaciona; y que es precisamente en esos escenarios donde la audiencia reelabora e intercambia, de manera explícita o inconsciente, el mensaje con sus semejantes.

Para Orozco, en el proceso de ver televisión existen dos momentos claramente diferenciados: la televidencia de primer orden y la televidencia de segundo orden.

La *televidencia de primer orden* se origina cuando la audiencia está sola frente al televisor descodificando e interpretando los mensajes de acuerdo a su perfil psicológico y cultural. Dicho de otro modo, en esta televidencia se establece una relación directa, inmediata y original con la televisión. “Los sujetos al interactuar con los referentes televisivos pueden apropiárselos, resistirlos, con o sin la concurrencia de otros sujetos”³². La televidencia de primer orden se desarrolla en la *comunidad de apropiación*. En esta comunidad, la audiencia entabla una relación íntima o privada con sus programas favoritos. Esta relación frecuentemente se desarrolla en el ambiente familiar, en la soledad de la habitación, o en cualquier otro sitio que no esté asediado por interrupciones que saboteen el proceso de ver la televisión.

La *televidencia de segundo orden* es la que se realiza después de haber tenido contacto con la programación televisiva. Aquí ocupa un lugar importante la evocación mental de los géneros televisivos que se han presenciado y que luego formarán parte del repertorio temático de la conversación cotidiana. “El recuerdo de una imagen, un dicho o un guión televisivo y la resurrección de sensaciones televidenciadas en otros momentos y lugares ‘recontactan’ a los sujetos con los referentes televisivos. El caso de los niños que al llegar a la escuela comentan lo que vieron la tarde anterior en la televisión y hasta juegan a lo que vieron, *suponen un contacto televisivo en un escenario diferente*”³².

“

Las estrategias televisivas son aquellas prácticas y costumbres, explícitas o inconscientes, que la audiencia desarrolla antes, durante y después del intercambio directo con la televisión. Estas estrategias implican horarios y preferencias de interacción con un género televisivo en especial.

”

Precisamente, este escenario diferente que desborda las fronteras de las comunidades de apropiación o del momento de ver en privado la televisión, es lo que Orozco denomina *comunidades de interpretación*. En estas comunidades las audiencias comparten múltiples interpretaciones (o mediaciones) que giran en torno a la programación televisiva a fin de llegar a un consenso grupal. En las comunidades de interpretación las audiencias socializan e intercambian los significados, las imágenes y los discursos propuestos por la televisión. De este intercambio pueden resultar nuevas apropiaciones. Es decir: “Como resultado de un determinado juego de mediaciones... en las comunidades de interpretación la audiencia adquiere su identidad como tal y produce un sentido social”³⁴.

Las comunidades de interpretación se hallan integradas por el ambiente familiar, escolar, los grupos de amigos y demás instituciones sociales, donde los sujetos sociales comparten diferentes tipos de significación sobre los mensajes televisivos. El diálogo, la socialización de las ideas y la participación son elementos importantes para arribar a ciertos consensos y también a los disensos que se originan cuando se comparan los temas que difunde la televisión con los valores de la audiencia televisiva.

B) “La manera en que las teleaudiencias estructuran sus propias estrategias de recepción televisiva”³⁵.

Las *estrategias televisivas* son aquellas prácticas y costumbres, explícitas o inconscientes, que la audiencia desarrolla antes, durante y después del intercambio directo con la televisión. Estas estrategias implican horarios y preferencias de interacción con un género televisivo en especial. En ellas están involucradas decisiones de tipo estético, informativo, emotivo y funcional, las cuales buscan la gratificación de necesidades afectivas y cognoscitivas concretas. Estas estrategias son de carácter simbólico, perceptivo, afectivo, agenciativo, normativo y pragmático.

El *intercambio simbólico* tiene que ver con los significados que se generan de la interacción entre la oferta programática de la televisión y la audiencia. Es el producto final de esa relación, que cristaliza mediante la creación de significados por parte de la audiencia.

El *intercambio perceptivo* refiere a los guiones mentales y a los patrones cognitivos que intervienen en el momento de procesar el contenido transmitido por la televisión. “La noción de guión (script) se vinculó por primera vez a la audiencia de la TV en los trabajos de Durkin cuyo objetivo fue estudiar la generación de estereotipos en los niños resultantes de su televidencia”³⁶. Según Orozco, Durkin define guión como una representación mental que ordena y sistematiza una secuencia de eventos dirigida a la obtención de una o varias metas. La adquisición de los guiones mentales comienza desde la etapa neonatal cuando el bebé comienza a relacionarse con su papá o su mamá y continúa a lo largo de la vida. “Un guión puede ser aprendido a través de la observación de actuaciones específicas de los otros o representándolos personalmente”³⁷. Cuando los guiones se reproducen por la observación permiten a los actuantes tomar decisiones en situaciones sociales nuevas.

El *intercambio afectivo* es aquel que vincula las emociones que presenta la televisión y las expectativas que las audiencias tienen de ellas. “Tiene que ver mucho con sensaciones que desarrolla la audiencia en su interacción con la TV”³⁸.

El *intercambio agenciativo* son las actividades, costumbres, usos y preferencias que la audiencia circunscribe a los géneros televisivos.

El *intercambio normativo* son las rutinas que el sujeto espectador realiza con el medio televisivo. Por ejemplo, existen espectadores que se ha acostumbrado a ver

sólo los noticieros que se difunden en el horario estelar de la noche. Mas no le interesa ver otro género televisivo.

El *intercambio pragmático* tiende a flexibilizar la relación entre la audiencia y la televisión. Este intercambio supone que “los mismos miembros de la audiencia se asumen activos, capaces de modificar televidencias particulares”³⁹. La audiencia no se siente compelida a ver televisión, es capaz de buscar otras formas de entretenimiento y de elegir sin estar sujeto a normas cualquier programa que le es de su interés.

En opinión de Orozco, las audiencias de la televisión se definen como un conjunto de sujetos sociales que traen consigo una serie de actitudes, ideas y valores que les son muy útiles para comprender el repertorio cultural de los géneros televisivos. Por otra parte, la audiencia comparte sus puntos de vista de los mensajes con otras instancias sociales como los grupos de amigos, los vecinos y los compañeros de trabajo.

La audiencia, en este sentido, no es un recipiente vacío esperando ser colmado por imágenes y sonidos y por las ideologías y estereotipos de la representación televisiva. Su mente no está en blanco cuando observa sus programas favoritos. No obstante, la audiencia tiene la capacidad de: “negociar, resistir y aun contraponer significados o darles nuevos significados a partir de los referentes televisivos...siempre esas cualidades son limitadas”⁴⁰. Son limitadas en tanto que la audiencia es susceptible de presentar un elenco de significados que aun cuando pudieran ser novedosos, no hacen más que reforzar, pero de manera distinta, las ideas legitimadas por el mensaje televisivo. Por ejemplo, algunos niños cuando ven las comiquitas agregan, a través de su imaginación, más hostilidad y agresión a los personajes y a los argumentos.

Es por ello que Orozco advierte que: “La idea generalizada de que por naturaleza las audiencias son activas, que inclusive se ha asumido o tomado por dado, aun como premisa en los más recientes estudios de audiencia, merece tomarse con cuidado, porque lo que interesa desde el punto de vista crítico, pedagógico y político no es reconocer o estimular la actividad *per se* de las audiencias, sino posibilidades de transformación de su televidencia. Esto significa que no sirve de mucho o es un logro parcial la reflexión de la audiencia, si en esa reflexión no se establecen las bases para una transformación real o para contribuir para su eman-

“

Este investigador hace la salvedad de que aun cuando la televisión no es el medio todopoderoso que manipula a su antojo la conciencia de las audiencias, tal como lo postula la teoría de los efectos fuertes de los medios, tampoco se puede ser tan ingenuos para creer que la televisión es un medio inocuo y neutral.

”

cipación como sujeto social”⁴¹.

La emancipación o la autonomía crítica de la audiencia comienza a gestarse cuando la audiencia aprende a reconocer que la mediación televisiva es una mediación más entre otras y que, por ende, hay que asumir de manera responsable la televisión como un objeto de discusión y de análisis, de la misma forma que lo hacemos con las asignaturas de estudio en la escuela. Por lo tanto, uno de los propósitos de la Educación en Televisión se afianza en la idea de que se tiene que *descen- trar* la televisión como principal fuente de información y de diversión. La mediación humanística, intelectual y emocional que proporciona la familia, la escuela y los grupos de amigos, el regocijo espiritual que se origina en el contacto íntimo con la naturaleza así como la mediación estética de las obras que se presentan en el teatro, en el cine, en los museos de arte tienen que ser revalorados y fomentados dentro de esta modalidad educativa.

C) “El conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados, provenientes tanto de la mente del sujeto como de su contexto socio-cultural”⁴²

Estas influencias aluden a las *fuentes de mediación*⁵³ que pueden ser: individuales o cognitivas, institucionales, vi-

deotecnológicas, situacionales y referenciales.

Las mediaciones *individuales o cognitivas* consisten en aquellos esquemas, guiones o repertorios mentales de carácter psicosocial y cultural, de los cuales se sirven los seres humanos para atribuirle sentido y certidumbre a su realidad. “Las mediaciones individuales son las que provienen de nuestra individualidad como sujetos cognoscentes y comunicativos, es decir, la psicología y la ciencia de la comunicación dicen que las personas perciben a través de ciertos esquemas mentales de significados...por los cuales le otorgamos sentido a la información”⁴⁴.

La *mediación institucional* está constituida por aquellas agencias sociales de producción de interpretaciones (amigos, familia, escuela, movimientos sociales, medios masivos, iglesia, etc), que complementan la percepción individual que el sujeto alberga sobre cualquier tipo de situación. Con esto queremos señalar que la televisión, como medio de difusión masiva, no es la única fuente de sentido social. La audiencia que hace uso de la televisión y de los medios masivos en general, interpreta los mensajes tomando en cuenta sus repertorios culturales (género, etnia, edad, religión, profesión, etc) haciendo de ellos una lectura diferente y propia.

La *mediación videotecnológica* comprende los medios masivos de comunicación y las tecnologías de punta que operan al servicio de estos medios. En el caso específico que nos compete, la institución televisiva se desplaza en dos sentidos. Primero, tiende a reproducir los valores de las institucionales sociales, pero también espectaculariza la corrupción moral y las patologías humanas. Este último aspecto es el plato fuerte de las tele-noticias y de los reality show. Segundo, esta institución es capaz de generar su propia mediación utilizando los códigos específicos del lenguaje audiovisual, los cuales se expresan a través de los géneros televisivos, que como sabemos pueden ser ficcionales (telenovelas, seriales, comiquitas, reality show, publicidad, etc.) e informativos (noticieros, programas de opinión).

La televisión como medio electrónico incorpora y reproduce su propia cosmovisión de la realidad, o como lo diría Orozco “lo que está ahí fuera”⁴⁵, siguiendo sus propios parámetros ideológicos y mercantilistas. No obstante, este investigador hace la salvedad de que aun cuando la televisión no es el medio todopoderoso que

manipula a su antojo la conciencia de las audiencias, tal como lo postula la teoría de los efectos fuertes de los medios, tampoco se puede ser tan ingenuos para creer que la televisión es un medio inocuo y neutral.

La *mediación situacional* se refiere a los escenarios específicos donde interactuamos con los medios. Así pues, el hogar, la escuela, la calle, las juntas de barrio, los restaurantes, son algunos de los escenarios más relevantes donde la audiencia se relaciona con la televisión. Por ejemplo: "El tamaño y el nivel de diferenciación de la habitación donde esa interacción con la TV ocurre facilita o inhibe la movilidad de los miembros de la audiencia y su "libertad" para escapar de la presencia de la pantalla televisiva. La interacción TV-audiencia varía dependiendo si se desarrolla en una habitación pequeña atestada con miembros de la familia y amigos, o si la interacción se da en la habitación de cada miembro de la familia"⁵⁶.

Finalmente, la *mediación referencial* interviene también en el proceso de interpretación de los discursos massmediáticos. Ésta contempla edad, género, religión, etnia, raza, nivel socioeconómico y cultural-educativo. Para Orozco: "ser hombre o mujer tiene implicaciones específicas en el proceso de la percepción en general... Estudios recientes muestran cómo desde muy pequeños todos nosotros vamos desarrollando lo que se ha llamado el patrón mental del género... Por ejemplo, las mujeres por lo general gustan ver las telenovelas mientras que los hombres disfrutan viendo el box"⁵⁷.

Resumiendo, cada una de las mediaciones que hemos analizado se presenta como un dispositivo cultural que interviene y procesa el discurso de los medios de difusión masiva. Suele ocurrir que una determinada mediación se impone en algún momento sobre las otras. Por ejemplo, la mediación televisiva ostenta un alto componente apelativo, persuasivo, emotivo y estético hasta el extremo de que tiende a cautivar y, por ende, debilitar la reflexión crítica del individuo. Esto se observa particularmente en los infantes, en cuya etapa cognitiva no hay capacidad de procesar información compleja, basada en proposiciones y abstracciones de carácter deductivo. Por lo tanto, son muy vulnerables a la manipulación ideológica de los medios masivos.

“

Para Orozco las mediaciones son: un conjunto de influencias de carácter institucional, situacional, videotecnológico, cognitivo y referencial que intervienen en el proceso de ver televisión.

”

D) "Instancias estructurantes de la interacción de los miembros de la audiencia que configuran particularmente la negociación que realizan con los mensajes e influyen en los resultados del proceso"⁴⁸.

Cuando Orozco nos dice que las mediaciones son *instancias estructurantes* se está refiriendo a que la relación entre la audiencia y la televisión es un proceso que trasciende el mero hábito cotidiano de encender y apagar la televisión, o la mera circunstancia de exponernos a este medio. Digamos que la actividad de ver televisión no concluye al desconectarnos de la pantalla. De allí que la interacción de la audiencia con este medio presenta tres instancias o momentos importantes: *un antes, un durante y un después de ver televisión*.

Un *antes pretelevisivo* en el que la audiencia lleva en la mente sus referentes culturales y los recuerdos de los programas televisivos. Es una situación pretelevisiva que sirve de antesala cultural a la percepción de los mensajes; un *durante televisivo*, que acontece en la exposición televisiva, y en donde la interacción con la televisión genera múltiples interpretaciones socioculturales, que pueden ser aceptados, complementados y hasta rechazados por la audiencia, de manera razonada, inconsciente o espontánea; y, finalmente un *después postelevisivo*, que se origina cuando las interpretaciones de los mensajes se desplazan a otros ámbitos

sociales, donde la audiencia intercambia sus opiniones extratelevisivas con la familia, los compañeros de clase o los miembros de su comunidad. "Así, se entiende que el receptor lleva el mensaje propuesto por la TV a otros escenarios en los que regularmente actúa y donde implícita y/o explícitamente ese mensaje es reapropiado una o varias veces"⁴⁹.

De lo anterior se deduce que en el proceso que antecede y prosigue al hábito de ver televisión, la audiencia *negocia* el sentido de los mensajes televisivos. Aporta a los mensajes su propia experiencia psicosocial y /o cultural, sus propios valores y creencias para socializarlos. Se llega a producir en ese intercambio, un sinnúmero de connotaciones o de sentidos diferentes que tienden a desbordar el significado original o denotativo del mensaje televisivo.

El término *negociación* conlleva también la idea de que el mensaje masivo es altamente denotativo debido a que los géneros televisivos se estructuran basados en temas y argumentos explícitos, que luego las audiencias reelaboran para producir socialmente otros sentidos, que pueden estar de acuerdo o no con el mensaje original propuesto por la industria televisiva. Anota Orozco que el alto grado denotativo del lenguaje televisivo: "...permite que el código utilizado en su estructuración difícilmente sea percibido por el televidente"⁵⁰. De este modo la denotación hace que las historias sean creíbles para los televidentes por su alto grado *verosimilitud*. Así pues, todo acontecimiento es verosímil cuando existe un conjunto de reglas que orientan la estructura narrativa y las acciones de los personajes. Este conjunto de reglas o códigos narrativos audiovisuales anticipa lo que va a ocurrir en la historia, sea de carácter ficcional o reproducida a través de los programas informativos⁵¹.

De las cuatro acepciones de mediaciones que hemos analizado en este apartado, podemos inferir que para Orozco *las mediaciones* son: un conjunto de influencias de carácter institucional, situacional, videotecnológico, cognitivo y referencial que intervienen en el proceso de ver televisión. Asimismo, en líneas generales, las mediaciones se encargan de estructurar: a) la interacción que establece las audiencias con la televisión, b) el aprendizaje significativo de los mensajes masivos, c) la creación de sentido desde la recepción y d) la conformación de estrategias de recepción televisiva.

4. TELE-E-VIDENCIAR PARA HACER CONSCIENTE EL PROCESO DE VER TELEVISIÓN

Orozco⁵² acuña el término *Tele-E-Videnciar* para explicar la creación de sentido de las audiencias. Esta palabra se desglosa de la siguiente manera: *Tele* de televisión, *E* de evidenciar o poner en evidencia y *Videncia* de ver. Tele-E-Videnciar es hacer consciente aquello que permanece oculto o que damos por sobrentendido.

En la *Tele-e-videncia*: *mirar es una cosa y ver lo que se mira es otra. Ver lo que se mira*, no es mirar superficialmente. Ver es mirar atentamente. Es extraer la información necesaria desde las profundidades de nuestro ser. Ver es hacer evidente lo que permanece oculto. Incluso ver es develar las estrategias de persuasión televisiva que, por ser ésta supremamente difusiva, tienden a ocultarlas, para hacerlas parecer inadvertidas o transparentes ante los ojos de la audiencia. Por ejemplo, a ningún director de cuñas publicitarias le gustaría mostrarle a la audiencia los efectos especiales que se utilizan en la publicidad para tratar de persuadir sobre las bondades del producto ofertado.

Orozco anota que: "Lo que quiere decir con el término Tele-e-videnciar, es que lleguemos a ver de otra manera a través de hacer evidente lo que a simple vista no vemos, porque hay muchos implícitos en cualquier mensaje de televisión. En todos los medios hay muchas cosas implícitas; necesitamos entonces irnos adiestrando para poder verlas"⁵³.

Con el término tele-e-videnciar se intenta llamar la atención de que es necesario reflexionar detenidamente sobre la televisión. Nada puede quedar bajo el dominio de la transparencia del discurso televisivo. Para Bazin⁵⁴ la idea de transparencia nos indica que el discurso cinematográfico o televisivo tiene como particularidad esencial *dejar ver* los acontecimientos representados y *no dejarse ver así mismo* como discurso audiovisual.

Cualquiera que sea el programa de televisión, su finalidad estriba en proporcionarnos la ilusión de que estamos presenciando sucesos reales como en la vida cotidiana. No obstante, en ese simulacro de la realidad se encubre las intenciones ideológicas del género televisivo. Según Christian Metz, citado por Tudor⁵⁵, esas intenciones se ocultan detrás de la sustancia y forma de contenido y de expresión de los mensajes audiovisuales.

“

No es lo mismo hacer una toma de arriba hacia abajo que de abajo hacia arriba. La primera toma denotará sumisión, porque el sujeto se verá más pequeño, mientras que la otra toma insinuará poder porque mostrará al sujeto engrandecido en el encuadre de la cámara.

”

La *sustancia de contenido* tiene que ver con las problemáticas axiales del programa televisivo. Estas pueden ser de orden ético, sociológico, psicológico, existencial, espectacular. La *forma de contenido* es el punto de vista que tienen los que concibieron el programa televisivo sobre la vida cotidiana y los problemas inherentes a ella. La *sustancia de la expresión* remite a los materiales del medio televisivo: imagen, ruido, música, diálogos, menciones escritas. Y la *forma de expresión* refiere a la articulación de los materiales de medio televisivo, que conforman un todo organizado, otorgándole visibilidad al discurso televisivo. Así pues, la *cara física* de la forma de expresión de cualquier género televisivo contiene una serie de elementos como la edición de las imágenes y sonidos, los movimientos y angulaciones de cámara, la gestualidad, escenografías, maquillajes, vestuarios y los efectos especiales.

El discurso televisivo ficcional o noticioso ofrece la sensación de que está presentando y no (re)presentado la realidad, quiere dar la impresión de que no existe ninguna intención editorial detrás del mensaje. Esta situación nos hace evocar, de nuevo, la *epistemología del distanciamiento* de Pablo Fernández Christlieb, que si lo aplicamos a los efectos fuertes de los mensajes, la audiencia terminaría aceptando sin cortapisas que la realidad es transparente, que no es manipulable,

que es exterior a ella, que no puede intervenirla porque los medios reflejan los fenómenos sociales de manera neutral y tal como son.

Por supuesto, nada más falso que esta postura. Darnos cuenta de lo que sucede en la pantalla chica, desde el punto de vista temático y formal, requiere de adiestramiento. Por ejemplo, no es lo mismo hacer una toma de arriba hacia abajo que de abajo hacia arriba. La primera toma denotará sumisión, porque el sujeto se verá más pequeño, mientras que la otra toma insinuará poder porque mostrará al sujeto engrandecido en el encuadre de la cámara. Dicho de otra forma, la audiencia tiene que ser alfabetizada en el lenguaje televisivo para reconocer, por ejemplo, los movimientos y angulaciones de cámara y al mismo tiempo detectar que existe una intencionalidad ideológica y puntos de vista de la realidad en el mensaje televisivo.

En este análisis de la teoría de la *mediación social* de Guillermo Orozco, hemos podido diferenciar que una cosa es estudiar la televisión para inferir sin fundamentos empíricos, que los mensajes producen efectos automáticos en la audiencia; y otra es hacer el esfuerzo en ubicarnos en la producción de sentido del televidente y desde allí entender que existen múltiples formas de interpretar el mensaje.

No se puede ser determinista sobre las posibles influencias de la televisión. Si revisamos la historia de la investigación de las audiencias en los Estados Unidos, hasta el mismo Schramm⁵⁶, desde el paradigma positivista de la comunicación, concluye diciendo que los medios masivos son agentes cooperantes en el reforzamiento de valores, estereotipos, creencias, gustos y preferencias en la audiencia. Y en la misma dirección de Schramm, Klapper⁵⁷ descarta la posibilidad de que los mensajes sean omnipotentes para producir efectos mágicos. Insiste en que no debemos soslayar que los medios masivos actúan junto con otros factores e influencias de carácter contextual.

La reflexión de Orozco coincide con la de los autores señalados, en el entendido de que la acción simbólica de la televisión depende de otros procesos de mediación complementarios, que no se le atribuyen exclusivamente a la efectividad y el convencimiento de la mediación de los medios. En tal sentido, el investigador mexicano, desde la perspectiva cualitativa de la sociología de la comunicación, sostiene que:

1. La conciencia humana se halla estructurada⁵⁸ por un elenco de mediaciones de orden cognitivo, situacional, institucional, videotecnológico, y referencial que intervienen en el proceso de ver televisión. Visto de esta forma, la audiencia reflexiona sobre sus mediaciones psicosociales y culturales en el instante en que, explícitamente o sin pretenderlo, compara sus valores y creencias con las historias estereotipadas de la televisión.

De esa comparación resulta lo que Ausubel y sus colaboradores⁵⁹, acertadamente, ha denominado *aprendizaje significativo*. En este aprendizaje el sujeto aprenderá lo que es relevante y lo que no lo es, en la medida en que logre vincular coherentemente sus conocimientos previos con los nuevos que está adquiriendo. En lo que respecta a la Educación en Televisión, el aprendizaje será significativo en tanto el educando sea capaz de relacionar los conocimientos que ha adquirido en este tipo de educación con el saber proveniente de la escuela, la familia y la experiencia cotidiana.

2. La audiencia es múltiple agente social. La interacción con la televisión no ocurre en el vacío o aisladamente de la unidad cultural y psicosocial del individuo, puesto que estos aspectos lo definen como sujeto social. La audiencia no es sólo audiencia de televisión, también asume diferentes roles en la sociedad, es padre de familia, estudiante, deportista, profesor; es decir, participa en otros procesos e interacciones sociales.

3. La comunicación se consolida en las audiencias y no en la emisión del mensaje. El mensaje televisivo es de carácter unidireccional. Es ilógico pensar que entre el sujeto y la televisión se produce un diálogo, y si se produjera, sería en términos metafóricos: un hablarse a sí mismo y un responderse a sí mismo. Frente a los medios que emiten sentidos intencionados y específicos, la audiencia hace valer sus mediaciones socioculturales para aceptar o no el mensaje propuesto por el emisor. "Porque todo mensaje es *polisémico*⁶⁰, susceptible de varias interpretaciones... y también porque el receptor no es un recipiente vacío: es un sujeto históricamente situado que interactúa con los mensajes"⁵¹.

“

De allí que el objetivo de la Educación en Televisión, según Orozco, sea concienciar a los educandos para que se reconozcan como audiencias, y una vez tengan clara su responsabilidad social como tales, puedan actuar de modo reflexivo y creativo en el momento de relacionar la visualidad electrónica de la televisión con la vida cotidiana.

”

4. La mediación orienta nuestras prioridades de acción y de pensamiento, hasta el punto de que crea espacios propicios para interactuar en distintas direcciones: con la cultura, con la familia, con la salud y el trabajo, con la educación de los hijos y con las instituciones sociales que producen los *supertemas* o matrices de opinión para significar lo real. Por ejemplo, en cualquier género televisivo tradicional, piénsese en una telenovela, los personajes expresan sus sentimientos y emociones de una determinada manera (mediación cognitiva), poseen, obviamente, rasgo físico, edad y sexo (mediación situacional), pertenecen a una clase social determinada (mediación institucional), y, finalmente, las historias son construidas siguiendo los códigos de puesta en escena de ese género (mediación videotecnológica).

Así pues, la emisión televisiva y la audiencia manifiestan, respectivamente, sus puntos de vista con respecto a la realidad. Para la audiencia que es reflexiva ante los medios y la sociedad, lo que transmite la televisión puede ser una entelequia discursiva, mientras que para la institución

televisiva no lo es. En otros casos la audiencia puede coincidir total o parcialmente con la visión del mundo de los mensajes. Esto es: la televisión no es la única que significa la realidad. La audiencia descodifica los mensajes atendiendo a su unidad cultural, haciendo de ella una lectura diferente y propia, por lo tanto, no siempre tiene que estar de acuerdo con el mensaje cifrado por el emisor. Ello se debe a que el sujeto no es audiencia simplemente. También desempeña otros roles en la sociedad y posee una historia psicológica, cultural, nacional y un cúmulo de experiencias que edifican la estructura de su ser.

En todo esto hay que hacer la salvedad de que los niños son más proclives a creer en los estereotipos televisivos, porque no tienen muy clara aún la diferencia entre lo que es la ficción y la realidad, y porque la fascinación artificial de la televisión tiende a gratificar a la audiencia tanto en lo sensorial como en lo psíquico. De allí que el objetivo de la Educación en Televisión, según Orozco, sea concienciar a los educandos para que se reconozcan como audiencias, y una vez tengan clara su responsabilidad social como tales, puedan actuar de modo reflexivo y creativo en el momento de relacionar la visualidad electrónica de la televisión con la vida cotidiana.

5. LA VISUALIDAD ELECTRÓNICA DE LA TELEVISIÓN

Para concluir esta exposición introductoria sobre la teoría de la Educación en Televisión de Guillermo Orozco, diremos con él que hoy más que nunca es imprescindible que reflexionemos sobre la cultura de lo escrito (logosfera) y sobre la avasallante presencia de la imagen (iconosfera) en nuestra vida cotidiana. La experiencia televisiva tiende a incrementar el sentido de la impaciencia, mientras que el lenguaje escrito nos obliga postergar el placer de la lectura, debido a que se necesita realizar complejas operaciones de análisis lógico y gramatical para comprender el sentido del texto escrito, sólo entonces se puede producir dicho placer, que, obviamente, dista del deleite fugaz y destellante que nos proporciona la imagen en movimiento.

La Educación en Televisión sostiene que la relación entre la audiencia y la televisión se establece sobre la base de un código visual que Orozco ha denominado Visualidad Electrónica de la Televisión.

Esta visualidad se conecta con cuatro dimensiones a saber: técnica, lingüística, institucional y mediática.

La *tecnicidad televisiva* refleja todos aquellos mecanismos técnicos que hacen posible la simultaneidad de los acontecimientos, la verosimilitud de la imagen, la producción de efectos especiales, la versatilidad de las escalas de plano y de los encuadres, la edición fragmentada de imágenes y sonidos. Según Jesús María Aguirre⁵², las investigaciones de las audiencias televisivas han demostrado que a los niños les atrae superlativamente la atención los efectos especiales de las comiquitas y de los géneros de ciencia ficción y de guerra. Estos efectos especiales o intencionados se visualizan mediante: a) la utilización de primeros planos y contrapicados para subrayar los rostros terroríficos en los seres humanos y dotar de importancia psicológica a los héroes; b) la sonorización que sobrepasa la tolerancia máxima de decibeles en los seres humanos; c) el montaje trepidante con la consecuente transición epiléptica de una imagen a otra; d) la discontinuidad narrativa que se manifiesta en el ritmo vertiginoso de acciones violentas (disparos, tiros, explosiones, peleas); e) las escenas violentas que se presentan de manera fortuita, es decir, sin ninguna justificación argumental.

La dimensión *lingüística* se refiere al lenguaje audiovisual inherente a este medio que lo diferencia del lenguaje escrito y hablado. La televisión heredó del cine su materia prima o su sustancia de expresión: imagen, ruido, música, discurso oral y menciones escritas. “La dimensión lingüística se refiere a ese nuevo lenguaje de esta visualidad electrónica que requiere ser aprendida. Hay un *código* que no es la secuencia lógica del lenguaje escrito, sino que es una secuencia de yuxtaposición que combina lo auditivo y lo visual en movimiento, y que además le da una dinámica diferente que nos *interpela* como sujetos de manera distinta a como lo hace el texto escrito o el discurso oral”⁵³. Digamos entonces que la televisión combina y articula varios lenguajes para poder expresarse. Y de esta combinación se origina de manera natural la otra dimensión que Orozco ha denominado *mediática televisiva*, la cual engloba los formatos y los géneros televisivos conocidos por todos.

La dimensión *institucional* de la televisión nos recuerda que la televisión además de ser un aparato electrodoméstico, es una empresa “con una ideología y con una inserción sociopolítica particular en

“

La televisión heredó del cine su materia prima o su sustancia de expresión: imagen, ruido, música, discurso oral y menciones escritas. “La dimensión lingüística se refiere a ese nuevo lenguaje de esta visualidad electrónica que requiere ser aprendida.

”

una ciudad o en un país específico”⁵⁴; que la programación televisiva es un macrodiscurso heterogéneo en virtud de que combina un conjunto de géneros televisivos (seriales, deportes, informativos) y segmentos de continuidad (publicidad, propaganda, promociones); que la producción de contenidos de la televisión presenta una estructura isomórfica en todos los países del mundo, con el objeto de asegurar la inversión publicitaria a escala nacional e internacional; que los anuncios publicitarios conforman la matriz del discurso dominante, toda vez que se repiten periódicamente en diferentes franjas horarias de la programación televisiva, que en definitiva, la publicidad representa el fragmento rey de las televisoras, debido a que los anuncios fraccionan los programas para ofertar bienes y servicios, atendiendo a los criterios exclusivamente económicos de las transnacionales; que la meta es garantizar la máxima rentabilidad y beneficio a los anunciantes, los medios y la publicidad. Y esto no es nada condenable, siempre y cuando el negocio de la televisión también le dé cabida a los espacios culturales, científicos y educativos que tanto reclama nuestra sociedad.

Todas estas dimensiones que acabamos de estudiar conforman lo que Orozco ha denominado visualidad electrónica de la televisión. Esta visualidad se expresa por lo general en la gran mayoría de los manuales orientados a la Educación en Televisión. Al educador le corresponderá

entonces dar cuenta, en forma muy general, de estas cuatro dimensiones de la televisión, para que el educando sea quien tome la iniciativa de cuál de estas dimensiones le interesa abordar de manera prioritaria.

Se debe explicitar el objetivo que perseguimos con la educación televisiva de las audiencias. Hay que definir entonces: “Si queremos utilizar los medios (la televisión) como objetos de análisis y reflexión, si queremos utilizarlos para la alfabetización de nuevos lenguajes y facilitar la expresión, si queremos utilizarlo como pretexto para la organización comunitaria o la organización política o bien, si queremos utilizarla incluso como pretexto para desbloquear la represión en los niños”⁵⁵. Todos estos objetivos son válidos e importantes. Es aconsejable que se estudie una de las dimensiones de la televisión, como por ejemplo, la dimensión lingüística, que intentar analizar a corto plazo y de manera profunda el resto de las dimensiones. Es por ello, que tenemos que estar muy seguros como educadores de cuál es el objetivo que queremos cumplir primero.

Si para Orozco *Tele-e-videnciar* sugiere hacer consciente lo que a simple vista no se ve o no queremos ver, porque nos resistimos a evidenciar y pensar sobre aquello que nos irrita o nos produce malestar, en mi opinión, también podríamos decir que hay que evidenciar, poner de relieve, explicitar, extraer de adentro hacia fuera, nuestras expectativas y limitaciones como audiencias de los medios y de la televisión en especial, porque esto nos brindará la posibilidad de ser reflexivos ante las dimensiones de este medio. Esta manera de encarar la televisión nos permite estar atentos y advertidos ante la emisión de mensajes televisivos que, como bien sabemos, no es inocua, ni ingenua ni mucho menos neutral.

El ambiente escolar es uno de los escenarios más propicios para transformar nuestra manera de ver la televisión⁵⁶. Esta transformación se llega a *operacionalizar* o se hace evidente cuando somos conscientes de nuestra responsabilidad como audiencias, porque hemos reflexionado, de manera constructiva, en la dimensión técnica, lingüística, institucional y mediática de la televisión; porque hemos discernido en las mediaciones cognitivas, situacionales, referenciales, institucionales y videotecnológicas que intervienen en el proceso de ver televisión; porque hemos aprendido a reconocer nuestras estrategias informativas, estéti-

cas, emotivas, funcionales que nos permiten comprender la televisión, lo cual nos lleva a ser un espectador selectivo y exigente ante la oferta televisiva.

Cuando aprendamos a identificar los rasgos singulares que nos configuran como audiencia, cuando aprendamos a *agarrar el televisor por sus antenas*, es decir, cuando seamos capaces de comprender los pretextos, los impulsos y los prejuicios que experimentamos con la televisión, seremos audiencias más advertidas y ponderativas de la *pantalla chica*, de la *caja electrónica*, del *mago de la máscara de vidrio*, o de ese *electrodoméstico* que enchufamos para acompañar nuestro desasosiego, nuestra soledad o nuestro tedio.

■ **Gustavo Hernández Díaz**
Miembro del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) y del Consejo de Redacción de Comunicación

Nota de Redacción: Este estudio forma parte de la línea de investigación *Medios, Comunicación y Educación*, que el autor viene desarrollando en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación, ININCO-UCV, desde 1991.

A. Referencias bibliográficas del autor:

Orozco Gómez, Guillermo

1991 *Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana.

1994a *Al rescate de los medios: Desafío democrático para los comunicadores*, México, Fundación Manuel Buendía.

1994b *Televidencia: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, México, Universidad Iberoamericana.

1996 *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones La Torre.

1997 *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, México, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.

1998 *Mirando la TV desde la escuela: Guía del maestro de Educación Básica, Vol. II*, México, Fundación SNTE para la Cultura del Maestro Mexicano.

1999 *Televidencia y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia*, en *El consumo cultural en América Latina: Construcción teórica y líneas de investigación*, Colombia, Convenio Andrés Bello.

2001 *Televisión, audiencias y educación*, Argentina, Grupo Editorial Norma.

2002 *Pedagogía de la tele-e-videncia: (Una propuesta mexicana de educación de las audiencias)*, Cuadernos ININCO N°1, *La Televisión ¿Enemiga o Aliada?*, Caracas, Universidad Central de Venezuela.

B) Referencias bibliográficas sobre las teorías de las mediaciones

Anthony Giddens

1995 *La constitución de la sociedad: Bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires, Amorrortu editores.

Lull, James

1997 *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*, Argentina, Amorrortu editores.

Martín Serrano, Manuel

1984 *La Mediación Social*, Madrid, Colección Akal.

1985 *La mediación de los medios de comunicación*, en *Sociología de la Comunicación de Masas (M. de Moragas, compilador)*, Vol. I, Barcelona, Gustavo Gili.

Martín-Barbero, Jesús

1987 *De los Medios a las Mediaciones (Comunicación, Cultura y Hegemonía)*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

1990 *La comunicación desde las prácticas sociales*, en *De los medios a las prácticas*, México, Universidad Iberoamericana.

1992 *Televisión y Melodrama*, Colombia, Tercer Mundo Editores.

C) Referencias bibliográficas complementarias

Aguirre, Jesús María

1979 *La violencia programada en televisión y su influencia en los niños bajo la perspectiva venezolana*, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello. (Reprografía).

Aumont, Bergala, Marie y Vernet

1996 *Estética del Cine: espacio físico, montaje, narración, lenguaje*, Barcelona, Paidós Comunicación.

Ausubel, Novak y Hanesian

1983 *Psicología Educativa*. México. Trillas.

Bazin, André

1975 *Montage interdit*, Paris, Ed. Du Cerf.

Blumer, Herbert

1969 *Interaccionismo Simbólico: Perspectiva y Método*, Barcelona, Universidad de California, Berkeley.

De Moragas Spà, Miquel

1984 *Teorías de la Comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

Fals Borda, Orlando

1981 *La ciencia y el pueblo: nuevas reflexiones*,

La Investigación Acción Participativa: Inicios y desarrollos, Madrid, Editorial Popular.

Fernández Christlieb, Pablo

1994 *La lógica epistémica de la invención de la realidad*, en *Revista AVEPSO (Asociación Venezolana de Psicología Social)*, N°6, Caracas, AVEPSO.

Flóres Ochoa, Rafael

1994 *Hacia una pedagogía del conocimiento*, Colombia, McGraw-Hill Interamericana, S.A.

González Rey, Fernando

1997 *Epistemología cualitativa y subjetividad*, Brasil, Educ.

Kaplún, Mario y Herrera, Teresa

1992 *Conocer a las teleaudiencias*, Montevideo, UNESCO.

Klapper, J.T.

1974 *The effects of mass communications*, The Free Press of Glencoe, USA.

Lasswell, Harold D.

1955 *The Structure and Functions of Communication in Society*, Nueva York, Harper & Row.

Lazarsfeld y Merton

1985 *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, Caracas-Venezuela, Monte Ávila Editores.

Rusque, Ana María

1999 *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*, Venezuela, Ediciones FACES/UCV y Vadell Hermanos Editores.

Santoro Eduardo

1969 *La televisión venezolana y la transmisión de estereotipos en el niño*, Caracas, Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.

Schramm, Lyle y Parker

1965 *Televisión para los niños*, Barcelona, Hispano-Europea.

Tudor, Andrew

1974 *Cine y Comunicación Social*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

Notas

¹ Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones La Torre.

² Cfr. Mario Kaplún y Teresa Herrera (1992) *Conocer a las teleaudiencias*, Montevideo, UNESCO. p.13.

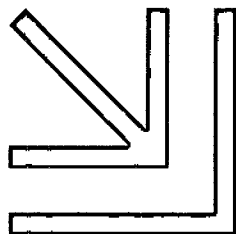
³ Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p.97. (Numeración y subrayado nuestros).

⁴ Miquel de Moragas Spà (1984), *Teorías de la Comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

⁵ Cfr. Lazarsfeld y Merton (1985), *Industria Cultural y Sociedad de Masas*, Caracas-Venezuela, Monte Ávila Editores.

⁶ George Herbert Mead es el fundador de la pers-

- pectiva del interaccionismo simbólico, mientras que el máximo expositor de esta perspectiva y el que acuña el término de interaccionismo simbólico es Herbert Blumer.
- 7 Herbert Blumer (1969), *Interaccionismo Simbólico: Perspectiva y Método*, Barcelona, Universidad de California, Berkeley.
- 8 *Ibid.*, p.2.
- 9 Cfr. Pablo Fernández Christlieb (1994), La lógica epistémica de la invención de la realidad, *Revista AVEPSO (Asociación Venezolana de Psicología Social)*, N°6, Caracas, AVEPSO.
- 10 *Ibid.*, p.26.
- 11 Rafael Flóres Ochoa (1994), *Hacia una pedagogía del conocimiento*, Colombia, McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- 12 Cfr. Pablo Fernández Christlieb (1994), *La lógica epistémica de la invención de la realidad*, op.cit.
- 13 Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit.
- 14 Orlando Fals Borda (1981), La ciencia y el pueblo: nuevas reflexiones, *La Investigación Acción Participativa: Inicios y desarrollos*, Madrid, Editorial Popular.
- 15 Guillermo Orozco Gómez (1994a), *Al rescate de los medios: Desafío democrático para los comunicadores*, México, Universidad Iberoamericana, p.94.
- 16 *Ibid.*, p.96
- 17 A. María Rusque (1999), *De la diversidad a la unidad en la investigación cualitativa*, op.cit.
- 18 *Ibid.*, p.14.
- 19 Fernando González Rey (1997), *Epistemología cualitativa y subjetividad*, Brasil, Educ, p. 98. (Subrayado nuestro).
- 20 *Ibid.*, p. 99
- 21 Jesús Martín-Barbero (1992), *Televisión y Melodrama*, Colombia, Tercer Mundo Editores.
- 22 *Ibid.*, p.20.
- 23 Jesús Martín-Barbero (1987), *De los Medios a las Mediaciones (Comunicación, Cultura y Hegemonía)*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, p.221.
- 24 *Ibid.*, p.222
- 25 Anthony Giddens (1995), *La constitución de la sociedad: Bases para la teoría de la estructuración*, op.cit., p.32.
- 26 James Lull (1997), *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*, Argentina, Amorrortu editores.
- 27 Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p.81.
- 28 G. Orozco Gómez (1998), *Mirando la TV desde la escuela...* op.cit., p.41.
- 29 Recomendamos encarecidamente el artículo "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", del sociólogo norteamericano Harold D. Lasswell. Este artículo pone el acento en la acción comunicacional basada en los efectos de los medios masivos. Además, se puede apreciar una total dicotomía entre el efecto deseado por el emisor y el sujeto social que decodifica el mensaje; cfr. Harold D. Lasswell (1955), *The Structure and Functions of Communication in Society*, Nueva York, Harper & Row.
- 30 En el clásico trabajo de Eduardo Santoro *La televisión venezolana y la transmisión de estereotipos en el niño*, el lector contará con un conjunto de teorías de los efectos de la comunicación. El autor describe los modelos comunicacionales de Lasswell, Klapper, Halloran, Mussen y Rutherford, Bandura y Berkowitz, entre otros; cfr., Eduardo Santoro (1969), *La televisión venezolana y la transmisión de estereotipos en el niño*, Caracas, Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.
- 31 Guillermo Orozco Gómez (2002), Pedagogía de la tele-e-videncia: (Una propuesta mexicana de educación de las audiencias), *Cuadernos ININCO N°1, La Televisión ¿Enemiga o Aliada?*, Caracas, Universidad Central de Venezuela, p.61.
- 32 Guillermo Orozco Gómez (2001), *Televisión, audiencias y educación*, Argentina, Grupo Editorial Norma, p.42.
- 33 *Ibid.*, p.45. (Subrayado nuestro).
- 34 Guillermo Orozco Gómez (1991), *Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, p.49.
- 35 Guillermo Orozco Gómez (1994b), *Televisión: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, México, Universidad Iberoamericana, p. 72.
- 36 Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p.37.
- 37 *Ibid.*, p.38.
- 38 *Ibid.*, p.p. 27-28.
- 39 *Ibid.*, p.73.
- 40 *Ibid.*, p.,29
- 41 *Ibid.*, p.30.
- 42 Guillermo Orozco Gómez (1991), *Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Universidad Iberoamericana, p.43. (Numeración y subrayo nuestro).
- 43 En opinión de Orozco: "La mediación se origina en varias fuentes: en la cultura, en la política, en la economía, en la clase social, en el género, en la edad, en la etnicidad, en los medios de información, en las condiciones situacionales y contextuales, en las instituciones y en los movimientos sociales. También se origina en la mente del sujeto, en sus emociones y en sus experiencias. Cada una de estas instancias es fuente de mediaciones y puede también mediar otras fuentes. Por ejemplo, las experiencias previas de los sujetos median los procesos cognoscitivos del sujeto y su televisión. Y, al mismo tiempo, el entendimiento del sujeto sobre éstas puede mediar a su vez su televisión posterior"; Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p. 84.
- 44 Guillermo Orozco Gómez (1997), *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, op.cit., p.116.
- 45 Cfr. Guillermo Orozco Gómez (1999), *Televisión y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia*, en *El consumo cultural en América Latina: Construcción teórica y líneas de investigación*, Colombia, Convenio Andrés Bello, p.79.
- 46 Guillermo Orozco Gómez (1999), *Televisión y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia*, op.cit., p.p.76-77.
- 47 Guillermo Orozco Gómez (1991), *Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, op.cit., p. 32.
- 48 Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p. 74.
- 49 Guillermo Orozco Gómez (1991), *Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, op.cit., p.55.
- 50 Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p.33.
- 51 Aumont, Bergala, Marie y Vernet (1983), *Estética del Cine: espacio físico, montaje, narración, lenguaje*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- 52 Guillermo Orozco Gómez (2001), *Televisión, audiencias y educación*, op.cit.
- 53 Guillermo Orozco Gómez (2002), Pedagogía de la tele-e-videncia: (Una propuesta mexicana de educación de las audiencias), op.cit. p.64.
- 54 André Bazin (1975), *Montage interdit*, Paris, Ed. Du Cerf.
- 55 Andrew Tudor (1974), *Cine y Comunicación Social*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- 56 Schramm, Lyle y Parker (1965), *Televisión para los niños*, Barcelona, Hispano-Europea.
- 57 Klapper, J.T. (1974), *The effects of mass communications*, The Free Press of Glencoe, USA.
- 58 C.f.r. Anthony Giddens (1995), *La constitución de la sociedad: Bases para la teoría de la estructuración*, op.cit.
- 59 Ausubel, Novak y Hanesian, (1983) *Psicología Educativa*. México. Trillas.
- 60 Guillermo Orozco Gómez (1996), *Televisión y Audiencias: un enfoque cualitativo*, op.cit., p. 81.
- 61 Guillermo Orozco Gómez (1994a), *Al rescate de los medios: Desafío democrático para los comunicadores*, op.cit. p. 111.
- 62 Jesús María Aguirre (1979), *La violencia programada en televisión y su influencia en los niños bajo la perspectiva venezolana*, Caracas, Universidad Católica Andrés Bello. (Reprografía).
- 63 Guillermo Orozco Gómez (2002), Pedagogía de la tele-e-videncia: (Una propuesta mexicana de educación de las audiencias), op.cit. p.55.
- 64 *Ibid.*, p.53.
- 65 Guillermo Orozco Gómez (2002), Pedagogía de la tele-e-videncia: (Una propuesta mexicana de educación de las audiencias), op.cit. p.76. (Paréntesis nuestro).



Asalia Venegas,
directora de la
ECS-UCV, la profesora
Quiroz y la profesora
Luisa Villamizar,
Coordinadora Académica
de esta escuela



Foto: Andrew Alvarez

María Teresa
Quiróz

Tenemos que garantizar la independencia de los medios

De rápido hablar y voz fina, María Teresa Quiróz, se pronunció sobre el rol de los medios de comunicación en América Latina. Al son de sus palabras, fue combinando anécdotas con hechos históricos para el papel de los medios en los últimos años en Perú. Su reflexión se extendió hasta abarcar la realidad de la prensa en América Latina.

“Tenemos que garantizar la independencia de los medios del poder político, porque el poder político siempre va a querer utilizar a los medios de comunicación”, afirmó. “La única manera de garantizar el derecho humano a la información, como derecho humano fundamental, es la independencia del poder político”.

Al pronunciar estas palabras refirió la realidad vivida recientemente en Perú, cuando se tejió un complejo sistema de relaciones entre el poder político y los medios que “atentó contra el derecho a la información” y trajo como consecuencia que éstos experimentaran una baja credibilidad, “luego de que se demostrara que habían recibido sobornos de parte del gobierno de Alberto Fujimori para favorecerlo en su programación”.

— Lo que ocurre en la década del gobierno de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos, especialmente en los últimos dos o tres años, antes de las elecciones del 2000, fue el compromiso explícito que asumen los medios de comunicación con

En una rápida visita a tierras venezolanas la catedrática de Ciencias de la Comunicación, en la Universidad de Lima y directora para la región andina de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), conversó con Comunicación sobre la actividad periodística en Perú y sobre las actividades a corto plazo de la organización regional

■ Luisa Torrealba

el partido de gobierno o con el gobierno mismo. Se produce una alianza estrecha y absoluta entre los medios de comunicación y el sistema político, que es el producto de un pago que realizaban directamente Fujimori y Montesinos a los principales canales de televisión y a los principales diarios, que recibían una cantidad mensual, para garantizar que estos medios estuviesen atentos a todo lo que era la campaña del gobierno y especialmente a la tercera reelección de Fujimori.

Quiróz explicó que la intervención gubernamental influyó no sólo en el modo de difundir las informaciones, sino que el Estado intervino de manera tan directa en los medios que la publicidad estatal garantizaba el funcionamiento de determinados programas. “Había publicidad del Estado detrás de programas como el de Laura Bozzo”. Este espacio, de formato “talk show”, no contaba con otros anunciantes privados debido a una decisión de la Asociación Nacional de Anunciantes de quitar la publicidad a ciertos programas que consideraban estaban atentando contra la dignidad pública. En el programa de Bozzo se mostraban situaciones en los que aparecían hombres y mujeres en escenas degradantes.

Esta experiencia de los medios fue “terrible” y fatal”. Se hizo de conocimiento público después de la salida de Fujimori. Antes de que fuera revelada y conocida,

la población seguía a los medios, creía en ellos y confiaba en que la información que recibía “era, de alguna manera, referencia a la realidad”. A partir de este hecho cambió el modo de percepción. “En el nuevo gobierno, la población es muy crítica a cualquier cosa que pueda ocurrir. No sólo crítica a los medios de comunicación, es muy crítica a cualquier acto de gobierno”.

— Uno de los resultados de todo lo que ocurrió durante el fin del gobierno de Fujimori, es una gran desconfianza de la gente ante el esfuerzo de los políticos, de los medios y en general ante el discurso público. Hay una gran sensibilidad, frente a esto. Hay un gran movimiento en la opinión de la gente.

A la salida de Alberto Fujimori del poder Perú tuvo un proceso de transición política, encabezado por Valentín Paniagua. Diez meses después, en junio de 2001, llegó al poder Alejandro Toledo, por la vía electoral. En julio del año 2002, representantes de los partidos políticos y de la sociedad civil firmaron un acuerdo nacional para establecer planes y políticas en diversas áreas como salud, educación y agricultura, para los próximos 20 años. “Una de esas políticas de Estado es precisamente el acceso a la información, a la libertad de expresión y a la libertad de prensa. Sobre esto hay un gran debate en el país”.

La apertura de la conciencia crítica de la población respecto a los medios de comunicación se reflejó también en el panorama político, así se han comenzado a producir demandas que reclaman políticas para el desarrollo regional y fortalecimiento del sistema de justicia. “Las personas y las organizaciones, no estaban habituadas a expresarse y a opinar, en este momento tenemos un movimiento regional que empieza a crecer de manera muy importante, por que se ha dado una Ley de Descentralización en Perú”. Esta Ley estaría respondiendo a una demanda fundamental de los peruanos, como es el desarrollo y el fortalecimiento de las regiones como espacios económicos, sociales y culturales.

Con respecto al sistema judicial se abolió la Ley Antiterrorista que afectaba los derechos humanos y que contemplaba la realización de juicios militares donde los jueces tenían sus rostros cubiertos. Los que fueron juzgados por este sistema acudirán nuevamente a las cortes, pero ahora con jueces civiles. También se concretó el regreso de Perú a la Corte Interamericana de Derechos Humanos, de donde se retiró durante la gestión de Fujimo-

“

Actualmente en Perú está en discusión una Ley de Radio y Televisión. En torno a esto se ha generado un gran debate en el país, sobre las regulaciones y limitaciones que pudieran estipularse.

”

ri. Actualmente se discute una nueva ley para la materia.

MATERIAS PENDIENTES EN PERÚ

Actualmente en Perú está en discusión una Ley de Radio y Televisión. En torno a esto se ha generado un gran debate en el país, sobre las regulaciones y limitaciones que pudieran estipularse. Quiróz recordó que entre 1968 y 1980 Perú vivió bajo un régimen militar, encabezado por Juan Velasco Alvarado, en el que fueron “tomados” los medios de comunicación. Por ello, hoy día “hay en Perú una enorme resistencia a todo lo que pueda ser intervención del Estado sobre los medios de comunicación, porque es signo de estatismo, de control de la información, y de falta de libertad de expresión. Por ese motivo, la gente se resiste de hablar de una Ley de Radio y Televisión”.

Sin embargo “son los periodistas los que se sienten más afectados por esta ley”. Explicó que la antigua Ley de Radio y Televisión otorgaba concesiones de por vida, que se iban renovando automáticamente. El nuevo instrumento plantea que los requisitos de renovación de estas licencias sean más claros y estén relacionados con el cumplimiento de ciertas condiciones básicas, como los horarios infantiles y la calidad de la producción.

Otro tema que se encuentra en discusión es la posibilidad de crear un Conse-

jo de Radio y Televisión. La idea ha sido cuestionada. “Se ha dicho que eso atenta contra la libertad de expresión y contra la libertad de prensa”. Como consecuencia, el Congreso Nacional, ente en el que se está discutiendo el instrumento, ha propuesto como alternativa la creación de un Consejo Consultivo, en el que participarían las empresas y representantes de organizaciones públicas y privadas, de las Facultades de Comunicación y del gobierno. Este órgano tendría la potestad de recoger opiniones de la población, sin que medie el mandato legal, es decir “para nada este Consejo puede cortar una licencia”. Esta propuesta del poder legislativo también ha producido debate y hay sectores que también lo rechazan.

La discusión de esta ley se da en un contexto en el que los dueños de los canales de televisión y de algunos diarios, son perseguidos por la justicia, a raíz de la experiencia con el gobierno de Alberto Fujimori y su asesor Vladimiro Montesinos.

LOS MEDIOS SE REIVINDICAN

Ante el descrédito que se generó por parte de la población hacia los medios, éstos han buscado alternativas para recuperar la credibilidad. Así, las televisoras que siguieron funcionando, aún con sus dueños buscados por la justicia, formularon un planteamiento: una cosa son los dueños y otra los medios. “Cuando mucha de la crítica pública se dirigió a los directores de noticieros o a los periodistas que aparecían en pantalla, ellos se esmeraron y trataron de señalar que efectivamente ellos no eran responsables de los actos de corrupción de los dueños de los canales de televisión (...) ha sido así como han logrado mantenerse en sus lugares como periodistas”.

Otros no lo han logrado, han tenido que salir. “Hay periodistas que han tenido que abandonar la televisión, porque la crítica fue muy fuerte, muy feroz, porque hay gente que fue descubierta obedeciendo órdenes”. Actualmente, muchos de los periodistas que gozan de cierta popularidad han intentado mantenerse un poco a la expectativa, en una actitud de independencia y de crítica frente al gobierno, “para decir que ellos no tienen nada que ver con el poder político”.

En este contexto podría pensarse que la gente ha dejado de ver televisión, sin embargo Quiróz afirmó que “no es que no la vea, pero cuando opina sobre eso es muy

analítica (...) y observa y critica". Ha habido un proceso de maduración en las personas, "es una opinión pública que está expectante y no se cree todo lo que le dicen".

En un diálogo ameno y profundo, Quiróz se va paseando por cada uno de las vertientes de lo que fue la crisis generada a partir de la salida de Fujimori. Con claridad sintetiza el papel que jugaron los medios, las consecuencias de su actuación y las medidas tomadas para recuperar la credibilidad ante la opinión pública.

Ahora mirando hacia el futuro, habla acerca de las perspectivas del periodismo en Perú. Señala que en los últimos años ha habido un crecimiento en el área. La gente ha demostrado un creciente interés en el periodismo de opinión, "porque la gente no sólo busca en este momento la información periodística, sino la opinión de los periodistas sobre ciertos temas. Y el periodismo de opinión empieza a conducir un poco la agenda pública". Este tipo de periodismo junto al de investigación tuvo un papel importante en la salida de Fujimori del gobierno.

— Hay un gran expectativa hacia el periodismo. Hay una gran expectativa de los jóvenes por el campo de la comunicación, por ser periodistas, por un lado. Por otra parte, afectó también mucho el debate entre los propios grupos periodísticos.

Como ejemplo indicó que el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS), publicó un comunicado en la revista peruana *Caretas* donde señalan las demandas, desde esa agrupación, acerca de los derechos y las obligaciones que deben tener los periodistas. El texto decía que los periodistas de televisión o de prensa escrita, deben tener la libertad de expresar sus opiniones, aún en contra de los dueños de los propios medios de comunicación y que debe garantizarse el ejercicio del periodismo de opinión. "Me parece que es interesante, porque es un gremio, que empieza a plantear una reivindicación, que está expresando, además, cierto contrapunto que puede existir entre el periodista mismo versus el dueño del medio. Me parece bien interesante, yo creo que por ahí se va avanzando".

Recordó también la creación del Consejo de la Prensa Peruana, que es un organismo que reúne a los principales representantes de la prensa escrita y televisiva, y que plantea mecanismos de autorregulación, "porque ahí puede llegar una denuncia contra un diario o contra un periodista y esto se trata y se autorregula de manera interna; me parece una experiencia interesante en el campo del periodismo".



Profesores de la Escuela de Comunicación de la UCV reunidos con la profesora Quiróz

VISITA CON INCENTIVO

Quiróz vino a Venezuela el pasado mes de marzo a reunirse con representantes de las escuelas de comunicación social venezolanas afiliadas a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), con el fin de incentivarlos a participar en el XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación.

El encuentro se efectuará en Puerto Rico entre el 5 y el 8 de octubre, y los participantes tendrán la oportunidad de debatir en torno a los temas centrales, que son "Comunicación Democracia y Ciudadanía". En el evento se entregará el Premio FELAFACS a la Excelencia Latinoamericana en Televisión de Señal Abierta, se realizará el II Festival Iberoamericano de Creación Audiovisual Universitaria Quiróz y el IV Concurso Latinoamericano de Tesis en Comunicación, en el que podrán participar trabajos de pregrado, de maestrías y de doctorados.

Quiróz también vino a promover la reestructuración del Consejo Venezolano para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONVEIC). El CONVEIC es el organismo que representa formal y oficialmente a las Escuelas de Comunicación Social venezolanas ante FELAFACS. Fue fundado el 8 de mayo de 1987, cuando el periodista y profesor uni-

versitario Eleazar Díaz Rangel, era director de la escuela de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela y presidente de la FELAFACS. En ese entonces estuvieron presentes en la constitución del organismo las escuelas de comunicación social de la Universidad Central de Venezuela (UCV), de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), de la Universidad del Zulia (LUZ) y de la Universidad de los Andes (ULA), junto al Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (ININCO) y el Instituto del Mejoramiento del Periodista.

De las reuniones que sostuvo durante su visita señaló, que "hay problemas y dificultades en la asociación venezolana, sin embargo, hay un espíritu personal e individual por participar en las actividades de FELAFACS".

— Creo que hay una voluntad institucional de cada una de las escuelas asociadas de producir un cambio y que funcione CONVEI. Creo que ese es un paso importante, sin embargo, creo que FELAFACS debe apoyar este proceso promoviendo algunas actividades de diálogo.

En ese sentido planteó una idea: "Promovamos el debate sobre la situación de la región andina entre Colombia, Perú y Venezuela. Discusiones sobre lo que está pasando, sobre el control de contenidos, sobre las leyes de contenido, sobre qué es

lo que se debe regular o autorregular”. “Creo que es un momento que debiéramos promover y buscar y debiera haber alguna manera de reconstruir el trabajo de las escuelas en FELAFACS”, concluyó.

Esta conversación se realizó en el marco de un encuentro que sostuvo Quiróz con los profesores de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela. La sala de sesiones de este recinto académico sirvió de marco para una conversación en la que también Quiróz compartió sus experiencias en torno a la enseñanza de la comunicación social en la América Latina.

Relató que en los años 90 FELAFACS trabajó en la revisión de propuestas curriculares que existían en los países latinoamericanos. En ese entonces se dio una discusión acerca del perfil en la formación de los comunicadores, los retos profesionales y los nuevos campos que se empezaban a abrir en la enseñanza de la comunicación. También se generó un debate sobre si debería formarse un comunicador integral o se debiera caminar hacia la especialización y sobre la pedagogía y metodologías empleadas en los procesos de enseñanza.

“Mi impresión es que el tema se ha ido de las manos y se nos ha ido de las manos en casi todas partes y que, de alguna manera también para FELAFACS, ha sido difícil seguir el rastro a todo este proceso de crecimiento de facultades de comunicación en América Latina”, indicó.

Actualmente en Venezuela existen 14 escuelas de comunicación social. Ha habido un proceso de crecimiento, que se ha dado también en los países de la región. Así, comentó Quiróz, en Perú, a mediados de los años 90, había entre 12 y 13 facultades de comunicación social, en este momento hay 38. “Treinta y ocho es muy difícil, yo diría imposible, poder establecer un nivel de registro sistemático, de qué es lo que están haciendo, cuál es el nivel de excelencia que van teniendo... es casi imposible manejar esa tema”, aseveró.

La situación de crecimiento de los centros de estudio de comunicación social es similar en Argentina y en Chile, y en otros países de la región. “El otro día, estábamos reunidos en el Consejo Directivo (de FELAFACS), y se decía que tanto en México, como en el Brasil, el número de escuelas de comunicación era algo así como 300”.

De las escuelas existentes en Brasil, FELAFACS trabaja con un número aproximado de 60, lo que significa que se está cubriendo un porcentaje mínimo.

66

Los niveles de información que existen, obligan a transformar tanto los contenidos curriculares como las propias metodologías de enseñanza. Sin embargo, creo que nos hemos quedado con relación a esta discusión, es decir, el cambio va mucho más rápido de lo que nosotros hemos podido reflexionar, acerca de estas maneras de manejar los recursos, los talleres, la orientación, las políticas, al interior de nuestras escuelas.

99

“¿Qué cosa significa eso? Significa a mi criterio, que por un lado le hemos perdido el rastro a lo que está pasando con la enseñanza de la comunicación en América Latina. No se tiene, en este momento, un registro sistemático acerca del número de escuelas, de lo que están haciendo y del modo como lo están haciendo”.

— Tenemos que pensar en un registro permanente que ya se está facilitando a través de la página web de FELAFACS, pero creo que debe estar dirigido o conformado por el concepto de la red, donde podamos estar permanentemente retroalimentando la información correspondiente y planteando un debate o plantear foros mensuales sobre ciertos temas, es decir, tenemos que repensar el plan de trabajo de FELAFACS.

Con respecto al debate que ha existido en América sobre la especialización del comunicador, considera que “hemos caminado en ida y vuelta, de lo que ha sido una formación muy general del comunicador social a una formación más especializada”.

Dentro de este nivel de especialización, se han planteado áreas como la publicidad, el periodismo, los medios audiovisuales (radio, cine, video y televi-

sión), la comunicación para el desarrollo y la comunicación empresarial u organizacional, que es una evolución de las relaciones públicas. “Cuando yo digo que hay un pequeño retorno, quiero decir que empiezan a encontrarse, por lo que he podido advertir, los elementos que atraviesan las distintas especialidades”. A la par la enseñanza se ve afectada por el avance de los recursos tecnológicos, lo que plantea la necesidad de que las escuelas se vayan actualizando.

— En términos de enseñanza a mí me parece urgente entrar de nuevo al debate, incluso apostando a las nuevas posibilidades que hoy nos dan las nuevas tecnologías de la información. Tenemos que pensar en redes en torno a ciertos temas en los cuales puedan participar los profesores con sus inquietudes, sus investigaciones y uno de esos temas es la enseñanza, que yo me reafirmo se nos ha ido de las manos, porque esto crece de manera así desordenada.

— Los niveles de información que existen, obligan a transformar tanto los contenidos curriculares como las propias metodologías de enseñanza. Sin embargo, creo que nos hemos quedado con relación a esta discusión, es decir, el cambio va mucho más rápido de lo que nosotros hemos podido reflexionar, acerca de estas maneras de manejar los recursos, los talleres, la orientación, las políticas, al interior de nuestras escuelas. Esa es si se quiere mi reflexión acerca de lo que está pasando, es una vorágine, que ha hecho, que, incluso, en las propias escuelas, tengamos que estar innovando con mucha rapidez y por otro lado que eso no haya sido y no pueda ser adecuadamente llevado.

Plantea la necesidad de llevar a FELAFACS una reflexión, en torno a “transdisciplinariedad”, presente en la enseñanza de la comunicación. Muchas disciplinas, como las ciencias sociales, la psicología, la administración, se están ocupando de temas de comunicación. Pero esta relación también se da a la inversa, cuando el campo de la comunicación penetra en otras áreas. “Nosotros encontramos muchas veces, en las tesis de los alumnos, esas dificultades, cuando los alumnos entran a temas que aparentemente no son estrictamente comunicacionales”.

— ¿Qué es lo comunicacional?, ¿qué es lo no comunicacional?. Esto es un tema en debate, en discusión, que creo que tiene que ver con los campos profesionales, con el debate de la especialización o no. Lo que son las formas de adquirir en función del conocimiento y producción del conoci-

miento, demanda una ardua discusión, de la cual, creo que no nos estamos ocupando. Y me parece que es un error, porque FELAFACS debiera volver sobre esos temas, me parece urgente volver sobre eso.

ALGUNAS PINCELADAS SOBRE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

En relación al tema de la investigación, Quiróz considera que hoy día no está muy activa, entre otras cosas, por las dificultades de las universidades para financiarlas. “El campo de la investigación sencillamente está resentido por efecto de las propias crisis económicas de las universidades, que no permiten financiar investigaciones”.

— Las universidades no están a la vanguardia en la promoción de la investigación, lo cual es un error de perspectiva muy grande, porque ese es uno de los elementos básicos a través de los cuales se puede dar la propia competitividad latinoamericana.

La investigación es un elemento de mucha significación, por cuanto, a través de ella se produce el nuevo conocimiento en materia de comunicación. En ese sentido considera que las investigaciones que se están desarrollando se refieren al momento presente. Apunta que hay temas como comunicación, democracia y ciudadanía, la regulación y autorregulación de los medios, sociedad civil y las formas de participación ciudadana, y cultura y comunicación, que han estado muy presentes en los proyectos de investigación en la región. Sin embargo, considera que ha habido dificultades para abordar otros temas de importancia, como los relacionados a la historia de la comunicación, “hay muy pocos que vuelven a él”.

— La verdad es que, en el campo de la investigación, no hay en este momento, una perspectiva clara. Hay intuiciones que pueden ser en algunos casos muy acertadas, pero no hay políticas claras de comunicación para enfrentar campos que pueden ser cruciales para los latinoamericanos, esa es mi impresión.

Con respecto al trabajo que está realizando FELAFACS a favor de la promoción de la investigación, considera que no se ha hecho mucho. “A mí me da la impresión de que el periodismo de investigación se ha impulsado desde el propio campo profesional y desde la propia necesidad en algunos países de impulsar este periodismo de investigación, que es una especie de espacio in-

dependiente para la producción de la crítica política”.

Para Quiróz, activar la producción de conocimiento a través de la vía de la investigación, “es urgente”, para que las universidades sean más competitivas. Si no se hace “no vamos a poder competir, cuando efectivamente si se puede hacer, si lo podemos hacer”.

Entonces, hay que repensar cómo hacerlo, cómo canalizar la posibilidad de conseguir financiamiento de algunos organismos. Sobre el aporte que puede dar la organización que ella representa en este objetivo, explica que “FELAFACS no es un organismo que tenga plata para promover investigaciones, pero si se puede, a través de ella, buscar dinero para realizar estas investigaciones y eso a mí me parece un asunto de primera importancia”.

Entretanto, queda pendiente la tarea de “crear formas mucho más ágiles y permanentes de actualización de conocimientos, como foros virtuales” y la de crear una instancia que permita promover estudios de postgrado, para contribuir a la formación de los comunicadores de América Latina.

— Tenemos que crear fórmulas y modelos diferentes a aquellos con los que tradicionalmente hemos trabajado. Yo creo que eso es un cambio importante que puede darse.

VENEZUELA VISTA DESDE PERÚ

Como estudiosa de la Comunicación y profesora universitaria, permanentemente está pendiente de lo que sucede en toda América Latina, así, la situación actual de Venezuela, no ha escapado a su interés. Al ser consultada sobre la visión que tiene desde Perú con respecto a lo que sucede en nuestro país y la relación que se ha dado entre el estamento político y los medios, sonríe y luego afirma “yo comparé semejanzas y diferencias, la verdad”.

— Me da la impresión que mientras la prensa se desacreditó mucho en Perú, los medios de comunicación son elemento central en este momento en la política venezolana y un elemento de conflicto con el poder, esa es mi impresión. Mientras en el período de Fujimori y Montesinos la prensa fue absorbida por el poder, aquí la prensa está enfrentada al poder, no sé si me equivoco con eso.

En su breve estadía en Venezuela, percibió que existen grandes diferencias entre la población. “Una de las reflexiones que a mí me surgían cuando escuchaba cosas,

veía un poco al país y leía los periódicos, es que hay un gran enfrentamiento, que seguramente no ha afectado la vida política, sino la vida cultural, la vida social, la vida cotidiana”, señaló.

Le preocupan el “enorme” nivel de polarización que existe en Venezuela y se pregunta “¿qué caminos va a tener para resolverse?”. Uno no puede vivir eternamente polarizado, hay que encontrar fórmulas de acercamiento”.

Como una vía de concertación citó el ejemplo de la Comisión de la Verdad y la Reconciliación, que se formó en Perú durante el gobierno de transición de Valentín Paniagua. Se trata de un ente conformado por académicos y personas muy reconocidas en el país, que investigó la violencia política en Perú durante los últimos 20 años.

Este ente dará su informe en junio de 2003, luego de un año y medio de funcionamiento. La comisión está integrada por académicos y personas muy reconocidas en el país, con mucha solvencia moral. “La idea de esta comisión es no sólo investigar lo que realmente pasó, sino que el conocimiento de la verdad reencuentre a los peruanos”.

Indicó que entre las funciones de esta comisión estuvo la de realizar audiencias públicas, en distintas regiones del país, que fueron televisadas, donde los afectados contaban los casos de violencia política que habían vivido. “Esas audiencias públicas tenían un poco el propósito de devolverle a estas personas la confianza en el país, en un país que reconoce su dolor y reconoce su tragedia personal”.

— Estas son algunas de las cosas que nosotros pensamos que hay que hacer para reconciliar al país, relató.

Quizá como aprendizaje de todo el proceso político que le ha tocado vivir, en Perú, hoy día, se discuten muchos temas relacionados con la democracia. Así a partir de su experiencia señaló que

la construcción de la democracia pasa por “procesos muy complicados de reconstrucción de las instituciones, de reiniciar la confianza y la credibilidad”.

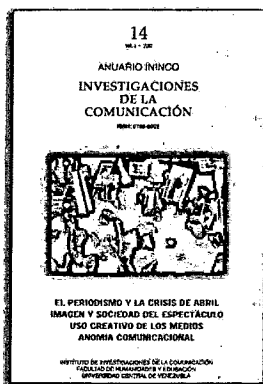
“La democracia no es fácil, no es el sistema que le va a traer la solución a todos los problemas del país; claro, esperamos que así sea”, concluyó.

REVISTAS

ANUARIO ININCO
 INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
 DE LA COMUNICACIÓN
 FACULTAD DE HUMANIDADES
 Y EDUCACIÓN. UNIVERSIDAD
 CENTRAL DE VENEZUELA
 N° 14, VOL. I, 2002
 CARACAS, VENEZUELA

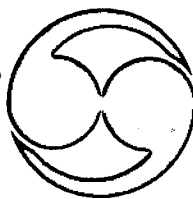
Motivados por los sucesos ocurridos en Venezuela el pasado mes de abril de 2002, el Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela solicitó a un importante grupo de investigadores sus primeras impresiones sobre los hechos.

Cuatro trabajos en total abordan este evento. Caroline de Oteyza y Leopoldo Tablante ofrecen una lectura de las políticas editoriales y un análisis comparativo del comportamiento de los diarios capitalinos *El Nacional* y *El Universal*. Carlos Correa describe los hechos más significativos ocurri-

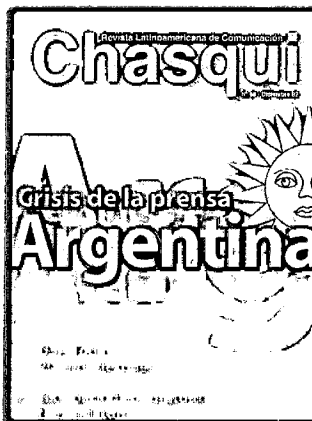


dos entre el 11 y el 15 de abril desde la perspectiva de la violación al derecho a la información. Carlos Colina analiza los pormenores del ciclo de foros organizado por el propio Ininco a raíz de los sucesos de abril; y finalmente, Morella Alvarado explora en un grupo de niños las representaciones sociales asociadas al mencionado acontecimiento.

Esta edición del Anuario Ininco también incluye otros trabajos que abordan temas como imagen y sociedad del espectáculo, uso creativo de los medios y anomia comunicacional.



CHASQUI
 REVISTA LATINOAMERICANA
 DE COMUNICACIÓN
 CIESPAL
 N° 80, DICIEMBRE 2002
 QUITO, ECUADOR



En esta oportunidad la revista Latinoamericana de Comunicación presenta como tema principal un análisis de la crisis de la prensa argentina llevado a cabo por el profesor de la Universidad Austral de Buenos Aires Federico Rey Lennon. Uno de los datos que nos aporta el docente demuestra que la recesión económica que ha sufrido la nación sureña ha hecho caer la inversión publicitaria a los niveles más bajos en los últimos 10 años. Asimismo, del año 1997 al 2001 la circulación de la prensa argentina cayó en un 36%. Uno de los riesgos que podría acarrear esta situación es lo que el autor denomina como la "extranjerización de casi todos los medios de comunicación" del mencionado país.

En esta edición también se revisan otros temas como el futuro de los periódicos gratuitos, el rediseño del periódico, una revisión de lo 20 años del diario norteamericano *USA Today*, informática y nuevas tecnologías, errores comunes en el lenguaje periodístico, la controversia entre los medios y el gobierno en México, entre otros.



Comunicare
 FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
 SOCIAL CÁSPER LÍBERO
 CENTRO INTERDISCIPLINAR DE
 PESQUISA (CIP)
 VOL. 2, N° 2, 2° SEMESTRE
 2002. SAO PAULO, BRASIL

El presente número de la revista *Comunicare* parte de la compleja naturaleza de los estudios de Comunicación, gracias a la nutrida cantidad de teorías y metodologías que tratan el tema, y propone, desde diferentes perspectivas temáticas, acciones de investigación para articular conocimientos y experiencias. De esa forma, se presentan en esta edición artículos como *Da ampliação do modelo semiótico a la Umberto Eco*, donde la autora, Eliana Pibernat Antonini, recupera el modelo semiótico textual propuesto por Umberto Eco y redimensiona y actualiza al lector modelo.

Asimismo, Vaneza V. Mayora Ronsini presenta en su artículo *Mídia e identidades juvenis* una propuesta de investigación con el objetivo de estudiar las diferencias cualitativas entre el consumo cultural de los jóvenes de clase alta, media y baja, con miras a comprender la relación entre los medios de comunicación, estilos culturales juveniles e identidades. A lo largo de la edición se pueden encontrar otras experiencias de trabajos de investigación en las áreas usualmente abordadas por esta publicación: Comunicación organizacional y mercado; medios, estética y cultura; y tecnología de la información.



COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD
 UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
 DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE
 LA COMUNICACIÓN SOCIAL
 NÚMERO 39, ENERO-JUNIO 2001
 GUADALAJARA, JALISCO, MÉXICO

En esta edición de *Comunicación y Sociedad* se presenta un grupo de trabajos en los cuales los autores se han propuesto indagar en la creciente apertura e interdisciplinariedad en los estudios sobre comunicación. Como apunta Tania Rodríguez Salazar en la presentación del número, los

trabajos "ponen de manifiesto cómo los estudios sobre la significación pueden ayudar a responder, comprender o explicar interrogantes sociales".

Con el artículo *El discurso de los objetos*, Francisco Javier Tirado, Israel Rodríguez Giral y Miquel Doménech, investigadores de la Universidad Autónoma de Barcelona, recuperan una visión ampliada de la cultura y la exploración de las funciones comunicativas y semióticas de los objetos, a partir de un estudio llevado a cabo en el Museo de Ciencias de Barcelona. Otro de los trabajos presentes en este número titulado *Integración latinoamericana e industrias culturales, dialéctica de la mundialización*, de Enrique E. Sánchez Ruiz, analiza las relaciones entre la mundialización y la homogenización de la cultura. Otros temas tratados son el consumo neoesotérico, la aplicación del modelo de las representaciones sociales, el poder de los imaginarios sociales y las fuentes de autoridad en el discurso cotidiano.

LIBROS

Comunicación y cultura en la era digital

Durante dos años, un equipo de investigación formado por expertos de varias universidades españolas trabajó en el estudio de las Industrias Culturales en España en los nuevos soportes y redes digitales desde una doble perspectiva, la situación industrial y de mercado y las estrategias empresariales y acciones públicas que podrían esbozarse para mejorar su situación. El estudio partía de la constatación de algunos fundamentos que justificaban su necesidad:

1º) En las décadas previas a la llegada de las redes digitales, las Industrias Culturales más destacadas (edición de libros y fonografías, cine-vídeo, prensa escrita, radio y televisión) se han confirmado como sectores de creciente peso en la economía al tiempo que agigantaban su influencia cultural y política. Recientes informes de la Comisión Europea evaluaban así en más de dos millones el empleo de esas actividades en la Unión Europea, y estimaban tasas de crecimiento muy superiores a las del conjunto de los restantes sectores industriales y de servicios en lo que calificaban como factor puntero de la economía.

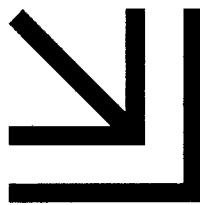
2º) Sobre dos décadas de cambios acelerados, viene ahora a incidir la extensión masiva de las nuevas redes digitales (Internet pero también el cable, el satélite o las ondas digitalizadas) que, aún en una fase de desarrollo incipiente, comienzan ya a cambiar profundamente la cadena de valorización de la cultura y la información.

3º) Pese al hipnotismo por las infraestructuras y las redes que ha prevalecido inicialmente en las reacciones gubernamentales e incluso privadas sobre la sociedad del futuro, asciendo rápidamente ahora un consenso general sobre el hecho de que la producción y control de contenidos y servicios será la llave estratégica de la Era Digital, tanto en su sentido político-cultural como en lo que respecta a la generación de valor añadido de los nuevos mercados. Y tales contenidos y servicios, no generables automáticamente desde las tecnologías telemáticas ni de sus aplicaciones de software, habrán de basarse necesariamente sobre la capacidad de generación, producción y difusión cultural de cada país, es decir, sobre su creatividad, su tejido industrial y su habilidad para la transformación y adaptación a las nuevas redes y sus requerimientos.

Sobre la base de un amplio vaciado de la literatura internacional, y de un estudio detallado de la conformación y evolución de los grandes sectores de nuestras Industrias Culturales en la última década, el objetivo de este trabajo era realizar un diagnóstico de futuro sobre las principales Industrias Culturales y

Enrique Bustamante (coordinador)
J. María Álvarez, Luis A. Alborno,
Gustavo Buquet, Rosa Franquet,
Gloria Gómez, Pedro M. Moreno
y Ramón Zallo

GEDISA EDITORIAL. SERIE MULTIMEDIA.
ESPAÑA, BARCELONA, 2002.



Comunicativas en España en los inicios del siglo XXI y de la Era Digital, con la finalidad de contribuir al conocimiento, todavía precario en España, de una realidad trascendental para nuestra sociedad; y con la aspiración de prestar una base firme a las políticas públicas y a las estrategias privadas, que sólo sobre ese conocimiento pueden planificarse con ciertas garantías.

Evidentemente, no se pretendía estudiar la "cultura" y la comunicación española, un objeto inabarcable e interminable por definición, sino tan sólo las grandes industrias culturales de nuestro país. Pero esas fronteras encierran a las tres mayores industrias creativas (cine, disco, libro) así como a los tres grandes medios de comunicación masivos (prensa, radio y televisión), generadores también de creaciones simbólicas, pero destacados sobre todo por su función empaquetadora, distribuidora y promotora de todo tipo de contenidos culturales. Seis sectores, pues, que suman la inmensa mayoría del peso económico de la cultura y la comunicación industrializada y mercantil y una porción hegemónica de la reproducción y la transmisión de nuestra cultura contemporánea. Finalmente, y como sector piloto del multimedia del presente y del futuro, hemos incorporado el estudio del sector de videojuegos, especialmente en su conexión en red. Se trata en efecto de una industria cultural en sentido completo, realizada en términos generales con la intersección de todas las demás y que representa el primer mercado de masas del multimedia interactivo, apareciendo además crecientemente como una aplicación mayor de las redes digitales. De forma que su análisis tiene un elevado interés como campo

de experimentación de desarrollos y tendencias culturales digitales.

La visión conjunta e interrelacionada de estas actividades, todavía escasamente practicada en nuestro país, nos parecía esencial para dar cuenta de los cambios sufridos y en curso en la cultura analógica, y más aún para calibrar las transformaciones añadidas por la entronización de las tecnologías de información más recientes. No sólo porque las industrias creativas (como el cine o el disco) suministran continuamente materias primas para las fábricas mediáticas (la radio o la televisión respectivamente, por ejemplo) o porque su destino de ventas depende en buena medida del eco y la publicidad en los medios; sino especialmente porque el advenimiento de las redes digitales ha acelerado la imbricación económica y empresarial, pero también creativa y de consumo, entre todos los sectores culturales. De forma que el análisis fragmentario habitual será, es ya, cada vez más incapaz de dar cuenta de los procesos en curso, aunque se mantenga la conveniencia de no perder de vista las particularidades que evidencia cada sector.

Nuestro estudio se ha basado en el análisis empírico de los datos y las estadísticas disponibles, así como en un estudio directo del funcionamiento cotidiano de cada sector, en el mundo analógico y en sus cambios en el entorno digital. Pero ha intentado también huir de la tentación de un análisis de laboratorio, testando múltiples opiniones de actores de los sectores implicados mediante entrevistas, seminarios y mesas redondas, así como por la presencia de un amplio consejo asesor.

Con todas las cautelas de provisionalidad en un ámbito sometido a serias transformaciones tecnológicas y económicas y todos los riesgos de una época de transición, el resultado es un balance amplio y detallado de la posición de las industrias culturales y comunicativas españolas en los albores de la Era Digital, primero sector por sector y, finalmente, como una constelación interrelacionada que se dibuja plásticamente en el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de las Conclusiones.

En todo caso, alimentar e impulsar el debate sobre nuestras Industrias Culturales y nuestra posición en ese campo en las nuevas redes nos parece por sí solo un sano ejercicio en un país que, como ha ocurrido en España en democracia, raramente le ha dedicado la atención debida en la agenda política o mediática.

Enrique Bustamante



REVISTA BIGOTT
 FUNDACIÓN BIGOTT
 Nº 62. SEPTIEMBRE, OCTUBRE, NOVIEMBRE
 -DICIEMBRE 2002. VENEZUELA

1952: El comienzo de la TV

I

Qué difícil resulta en este tiempo, un tiempo de experiencia-límite, que atraviesa el país, poder hablar acerca de aquellas cosas y asuntos que se alejen del embrollo político en el que estamos todos metidos hasta el cuello. ¿Hay entusiasmo, o hay ánimo para reflexionar, mejor, para conversar acerca de algo que se aleje o que esté fuera de la política? ¡Quizás no! O ¿cómo hacer para ejercitar un arriesgado pensar sobre lo que ha significado para el país y para la nación-enrucijada, para todo el continente, y si me estiro un poco más, para todo el planeta, el hecho de la aparición de la televisión como aparato que está resultando, que ya lo es, tan constitutivo y constituyente de lo que hoy somos muchos de nosotros, de lo que está hecha nuestra vida cotidiana?

No hay que dar mucho rodeo. Se trata de comentar este nuevo número de la *Revista Bi-*

gott en donde todo él ha sido dedicado al hecho de que un 22 de noviembre de 1952 hacía su aparición en la geografía cultural del país la televisión. Desde el mismo instante de su introducción, empezamos a ver un nuevo imaginario-social-de-masas en nuestra identidad-tradición, que entraría a competir con mucha fuerza con la escuela, la familia y la ciudad. En otro lado nosotros mismos decíamos “que la introducción de nuevos medios de comunicación como la televisión le dará al país, por supuesto que desde la perspectiva de la inserción de una nueva tecnología comunicacional para el momento, una fisonomía un poco distinta y esa nueva cara comunicacional trastocará muchos viejos hábitos en la vida del venezolano. Hábitos que fueron desde la manera de hacer política hasta la forma de ocupar el tiempo libre de cada uno de nosotros, e inclusive hasta la forma de vestirnos y comportarnos lingüísticamente y formalmente”.

II

Es imposible sustraerse al hecho de que hablar de cultura, de medios de comunicación y de la televisión en particular, es un lugar para hablar de la política. Hay varias formas de percibir este aspecto. Una, la que nos apunta Ibsen Martínez cuando nos dice en su texto de la revista, que “Nuestra TV no alcanzó a mostrar-nos la caída de Medina Angarita y, en cambio, sí nos ha enfrentado frenéticamente con las quemantes metáforas del naufragio de todo un sistema político. Pero sin permitirnos mayormente superarlo, ni en el plano cognitivo ni en el de la convivencia ciudadana. Se ha convertido en un agente ancilar de la anomia, la violencia y la disolución”(p.75).

Pregunta: ¿podemos exigirle al medio algo más de lo que nos ofrece de forma tan espectacular? ¿Le podemos hacer alguna otra exigencia que quizás ella no puede cumplir por su manera de construir-reconstruir la realidad, incluso la propia ficción? Otro de los participantes en la revista -esta vez Leonardo Padrón- ensaya una posible respuesta cuando nos señala: “Quiero advertirles que yo cancelé cualquier posibilidad de candor con respecto a la televisión y los dueños de sus partes y enchufes. Un escritor del medio me suele referir, cada vez que se empepina un escocés, que ésta es una industria desalmada, literalmente, una industria sin alma. Hay que repetirlo, los gerentes de la televisión regentan un negocio y no una escuela de moral y cívica. Ellos no están buscando al Balzac o al Víctor Hugo venezolano o mexicano, ellos no preten-

EL LENGUAJE DE LA RED (HIPERTEXTO Y POSMODERNIDAD)

CARLOS COLINA
 UNIVERSIDAD CATÓLICA
 ANDRÉS BELLO (UCAB)
 CARACAS, VENEZUELA. 2002.

El autor parte de la semiótica, la pragmática de Van Dijk y la teoría de los actos del habla de Austin para apuntalar una tesis que surge de una investigación teórica que desarrolló en el seno del Centro de Investigaciones de la Comunicación (CIC), de la Universidad Católica Andrés Bello, a lo largo de dos años de su carrera (1999-2001). El proyecto de investigación aludido generó como producto completo este texto, editado el año pasado por publicaciones UCAB.

En aras de la comprensión del lenguaje de la red de redes se recurre de manera fructífera a la semiología, la teoría del discurso y la pragmática. La potencia intelectual de esas disciplinas permitió, en alguna medida, acotar el problema y avanzar en definiciones claves.

George Landow realizó aportaciones invaluables pero insuficientes para la caracterización del hipertexto. Las correlaciones que este autor estableció con los conceptos semióticos y postestructuralistas de texto abierto son auténticamente relevantes. No obstante, la definición del lenguaje de Internet no satisface si se realiza a partir de la intertextualidad bajtiana o kristevana.

En el lenguaje digital la intertextualidad es pragmática: “intercomunicabilidad” o “in-

terpracticidad” son los neologismos empleados para definirla. El usuario no pasa sólo de un contenido a otro; el salto se da de una modalidad comunicativa a otra. Se trata del tránsito entre haceres y prácticas, a veces, no ortodoxamente comunicativas. Por ejemplo, se puede pasar o simultanear la lectura-escritura profunda de un texto a la escucha de música de Madonna, y luego chatear con algún amigo en línea, enviarle un e-mail, para, posteriormente, volver a nuestra comunidad virtual de defensa de derechos humanos de minorías.

En el hipertexto no encontramos dos libros potenciales como en la novela *Rayuela* de Cortázar, sino todos los libros posibles, y ninguno de ellos tiene una secuencia preestablecida. A diferencia de dicha obra, en donde la lectura alternativa, no ordinal ni ordinaria, se puede descartar por falta de hábito y por el mayor esfuerzo que implica, en la navegación hipertextual cada salto es natural y solicita un esfuerzo que no es mayor al pase regular de una página impresa.

El hipertexto se ubica en una temporalidad y espacialidad sui géneris. Existe en el denominado ciberespacio, en el cual lo global y lo local se recombinan de maneras inusitadas.

La perspectiva posmoderna traza también algunas líneas gruesas de lo que constituye el entorno social postindustrial. Globalización y posmodernidad constituyen el contexto del hipertexto. De manera simultánea, las tecnologías digitales conforman la posmodernidad y posibilitan la globalización.

den a las cátedras universitarias con la obligación de estudiar el nuevo género narrativo nacido a finales del milenio en el Caribe” (p.50). O para decirlo de otra forma, en palabras de Baudrillard: “Yo seré tu espejo no significa Yo seré tu espejo, sino tu ilusión”.

Pero en este intercambio de señas siempre amigables, más con el ánimo de conversar que el de reflexionar “seria y académicamente”, Alberto Barrea Tyszka, sin ninguna ligera sospecha como la que sus compañeros de izquierda sentían a lo que se exponía “rindiendo el alma a la frivolidad y a la cursilería”, pero de la que ellos gustaban privadamente y sigilosamente sin decir nada de nada, ni a nadie, además lo hacían gustosamente y placenteramente, nos señala: “Que estamos en una empresa colectiva, en una maquinaria que jamás se detiene, que la letra importa como también importa la actuación, la iluminación, la dirección de cámaras o el maquillaje. Y que, en el fondo, todos estos esfuerzos forman parte de un negocio gobernado, no por la literatura, sino por las leyes del mercado. Aquel que pone sus palabras en las tripas del culebrón, lo sabe: amor sin *rating* no dura” (p.64 y 65).

Creo que es posible agregar a esas interpretaciones otra dimensión. Aquella que nos remite y refiere a la televisión como “espectáculo visual de la modernidad”. Porque antes de su entrada al paisaje cultural del país, Venezuela vivía un desfase entre tradición y modernidad, entre identidad y territorio, era “un abismo de modernidad el que nos separaba” de lo que en otros lugares del planeta estaba sucediendo. Aunque la nuestra fuera una “modernidad periférica”, pero era nuestra modernidad con algo de bruma en la visión.

III

Y así llegamos al mismo momento de su entrada en América Latina, pues en la mayoría de los países de la región la televisión irrumpe en los inicios de los años 50. La presencia de la imagen, como si esta fuera la misma realidad, nos seduce y deslumbra a la vez. Empezábamos a ser algo más modernos, o al menos nos sentíamos así. Los asuntos de la *identidad colectiva* comienzan a replantearse ante la visibilidad, que más adelante y hasta nuestros

días sería masiva, del artefacto visual que se presentaba ante nuestras miradas cargadas de sorpresa y de seducción al mismo tiempo. Carlos Monsiváis nos proporciona el siguiente cuadro: “Es extraordinario lo que, en sentido positivo, nos diferencia de los ancestros, marginados de tales prodigios de la tecnología. El cambio de hábitos modifica la noción de pasado, censurable en la medida en que carecía de pantalla chica. Y en la intención se transita del pasado monótono al porvenir sólo hecho de sensaciones divertidas”.

Allí irrumpe el *des-ordenamiento* cultural que introduce la televisión y que en un principio no supimos entender. Y mientras tratábamos de descifrar que cosa nos hacía la televisión a los públicos, a la gente en resumidas cuentas, no nos dimos cuenta de entrada qué cosas hacíamos nosotros con ella y que seguimos haciendo. Nuestras preguntas, siempre censoras y prejuiciadas hacia el aparato, iban orientadas con ese sentido de negatividad que habíamos aprendido de Hegel, pero que no nos funcionó para entender la trama cultural que se estaba tejiendo y, como señala en su texto Cristina Policastro, al decirnos que cuando se inició en el medio “Fueron los diez meses más importantes en mi vida profesional, cátedra diaria, viva, no sólo de cómo escribir televisión, entendiendo la telenovela como el gran espectáculo de largo aliento, especie de ópera latinoamericana donde el sentimiento pasa a tener rol protagónico, sino que además aprendí a sentir el palpito de un país vivo que se discutía a diario, teñido de sarcasmo, cinismo, desmascaramiento de prejuicios y estereotipos; humor, tormentos y humanidad” (p.60).

IV

Con la televisión, por encima de los otros medios, la cultura se vuelve un signo de identidad de masas. Se trata, en estos momentos, de una cultura desterritorializada, mundializada y a la vez glocalizada que es necesario entender para entendernos en nuestra alma y en nuestros deseos. Porque la televisión se ha consolidado como aparato cultural y ella ha introducido “migraciones sedentarias” en nuestras rutinas de cotidianidad. Y Leonardo, entonces, se dice: “Cualquier cosa puede pa-

sar. En una ocasión me dio por pensar el final del mundo y aventuré una imagen: el planeta arrasado y en un rincón cualquiera un televisor encendido, sencillamente, porque a alguien se le olvidó apagarlo. El planeta es y será definitivamente audiovisual” (p.54).

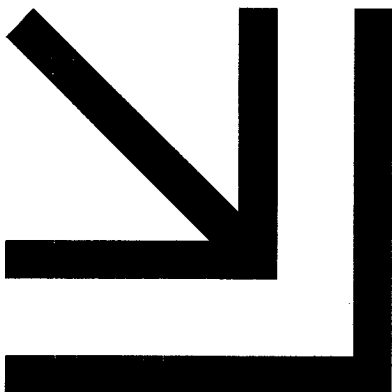
V

El esfuerzo que ha hecho la *Revista Bigott* de ofrecernos una visión testimonial y analítica sobre la televisión venezolana y lo que ha sido el producto máspreciado de ella, la telenovela, tiene que ser recompensado con una lectura y unas señas que nos acerquen a una comprensión menos prejuiciada y estereotipada tanto del aparato como del género que mueve sensibilidades, anhelos y deseos. Las breves semblanzas que nos ofrece Ricardo Tirado nos muestran a los hacedores del medio, a los que están frente a las cámaras y ante la exposición implacable de las luces. Hay mucho de sentimiento, de ternura y de admiración-seducción por esos personajes, pero también hay mucho de reconocimiento porque la televisión en Venezuela ha sido y sigue siendo ellos: “No invento nada. Sólo pretendo aclarar lo que sucedió. Los documentos han creado toda esta inmensa memoria de cuya animación he colocado a sus hombres y mujeres -lo más escrupulosamente posible-. Sin otra ambición que la de dar a conocerlos” (p.5).

Las últimas páginas de la revista se abren al pensamiento de José Ignacio Cabrujas: “¿Por qué el tema y la insistencia? ¿Por qué no decir, me gané la vida y al diablo, pendejos? Porque a mucha honra, es mi digno oficio y no lo deseo ver en manos de majaderos. Porque estoy consciente del daño causado y de los beneficios recibidos/ Porque sostengo, veintiocho años después y hasta donde alcancen mis capacidades, que este país merece una televisión distinta; contemporánea, libre de mafias, novedosa y dispuesta a la aventura (...)” (p.88).

Este es un balance, el que nos ofrece espléndida la *Revista Bigott*... Requerimos de otros balances que se abran al futuro, a un horizonte nuevo de país y a una TV acorde a ese nuevo horizonte de nación.

Marcelino Bisbal



Las últimas páginas de la revista se abren al pensamiento de José Ignacio Cabrujas: “¿Por qué el tema y la insistencia? ¿Por qué no decir, me gané la vida y al diablo, pendejos? Porque a mucha honra, es mi digno oficio y no lo deseo ver en manos de majaderos (...)”

PUBLICIDAD Y HEGEMONÍA

La Publicidad, inserta en el espacio mismo demarcado por los *massmedia* a lo interno de la cotidianidad cultural del mundo contemporáneo, ha venido desempeñando un rol determinante en el crecimiento experimentado por el modelo económico capitalista, trascendiendo los propósitos básicos de su función, antaño orientada a informar o promover en el sentido tradicional del término, para enfilarse hacia una suerte de “manipulación” de los deseos y los gustos de los sujetos, mediante la construcción y difusión de imágenes atadas a los productos que intenta vender.

Semejante planteamiento sirve como motivación y punto de partida para la reflexión emprendida por Eliseo Colón Zayas, catedrático de Semiótica y Director de la Escuela de Comunicación Pública de la Universidad de Puerto Rico, en su obra titulada *Publicidad y hegemonía. Matrices Discursivas*, a lo largo de la cual aborda el discurso publicitario en tanto propuesta textual integrante de un proyecto cultural más amplio, cuyas pretensiones apuntan a legitimar un tipo específico de subjetividad que, a su vez, fungirá de sustrato para la constitución racional del orden social capitalista.

La tesis puesta de manifiesto por Colón vincula estrechamente el desarrollo de la Publicidad con el arranque de la modernidad europea, teñida por la crisis del Capitalismo acaecida en el año 1848, circunstancia que trajo consigo, por un lado, transformaciones y ajustes en las formas de operación, producción y distribución de la economía, lo que devino en la circulación masiva de toda una gama de bienes de consumo, y por el otro, una crisis de los sistemas de representación, dada la alteración ocurrida en las nociones habituales de tiempo y espacio.

De esta manera, la Publicidad emergió en calidad de forma discursiva que allanaría camino para la incorporación de las diferentes clases sociales a una cultura de mercado, apelando para ello a una “tecnocracia de la sensualidad” destinada a conceder más importancia al valor de uso de la mercancía que al valor de cambio de la misma.

Desde esta perspectiva, la Publicidad habría de pasar a formar parte de los dispositivos de la identidad social del hombre moderno, siendo atravesada por las tensiones existentes entre la transparencia empírica de unas condiciones históricas, y la opacidad trascendental de un discurso estético que convoca a los sentidos.

De allí que el autor haga una lectura de la Publicidad desde el “canon publicitario” propiamente dicho, vale decir, a la luz de aquellos textos fundacionales que contribuyeron a legitimar las prácticas publicitarias actuales. A tales fines, el recorrido trazado por Colón ubica el desarrollo del discurso publicitario en

PUBLICIDAD Y HEGEMONÍA.
MATRICES DISCURSIVAS
GRUPO EDITORIAL NORMA
COLOMBIA, 2001.



el vértice en el que se entrecruzan la Estética, la Psicología y la Narrativa.

En tal sentido, el primer capítulo de la obra, titulado *Publicidad y estética*, transita por el análisis de las claves culturales del discurso publicitario, apuntalándolo dentro del proyecto cultural de la burguesía europea, mediante su confrontación frente a la propuesta estética enunciada por Gotthold Ephraim Lessing en su *Laocoonte o sobre las fronteras de la poesía y la pintura*, y la tipología formulada por Mijail Bajtín en su estudio sobre la narrativa europea que se constituyó en Europa a partir del Siglo XVII.

En el segundo capítulo, que versa sobre *Publicidad y modernidad*, se aborda el vínculo entre la Estética y la Psicología del proyecto burgués europeo y el desarrollo de la Publicidad, asumiendo la óptica del pragmatismo de John Dewey y su psicología funcional.

En el tercer capítulo, denominado *Canon publicitario*, Eliseo Colón presenta la apología de la Publicidad hecha por George French en su libro *Advertising: The Social and Economic Problem* (1915), complementada por otros dos textos fundacionales como lo son *Advertising and its Mental Laws*, de Henry Foster Adams (1916), y *Advertising Its Principles and Practice*, de Tipper, Hollingworth, Hotchkiss y Parsons (1915).

Tomando como referencia a estos autores, Colón se introduce en el marco de representación, producción e intervención técnica de la Publicidad; los discursos evangélico-científi-

cos de la moderna ciencia publicitaria; y la legitimación académica de la disciplina.

La lectura de estos tres apartados intenta mostrar cómo el concepto actual de la Publicidad se enlazó, en principio, con el desarrollo de la teoría de los sentidos y de la percepción que sirvió de base para la puesta en marcha del proyecto cultural burgués de tipo industrial y, de seguidas, con el repertorio de signos narrativos que se perfilaron a partir del siglo XVII tras la evolución del capitalismo industrial, encarnando así un nuevo lenguaje y una forma de representación específica.

En suma, con el transcurso del tiempo la Publicidad se ha legitimado como el discurso narrativo que ha permitido la “inscripción de la ley” del “hombre moderno”, para quien la producción, la distribución y el consumo constituyen una ontología.

En esta línea, el análisis crítico de la Publicidad acusa una larga trayectoria, superando el estadio de la simple denuncia basada en su relación con los intereses hegemónicos del capitalismo, para adentrarse en “la encrucijada de tener que aceptar que, tanto por su estructura fragmentada, como por su relación con los sistemas de producción y así también por el marketing de las ‘imágenes’, la Publicidad se presenta como el discurso narrativo propio de las sociedades postindustrializadas [... proveyendo] de mecanismos para una estetización de la política, del trabajo, de la guerra, de la miseria, del hambre.”

Agrivalca R. Canelón S.

COMUNIDAD IBEROAMERICANA INTENSIFICA SU COOPERACIÓN ACADÉMICA

La sociedad global que emerge de los rasgos de la guerra fría y se nutre de los ingredientes aportados por la revolución digital, viene asumiendo una inequívoca identidad multicultural. Pese a la hegemonía estadounidense, acelerada por el derrocamiento del imperio soviético, existen señales muy claras de que nuevos bloques de intereses están siendo tejidos en el campo internacional.

Naciones y comunidades que poseen afinidades históricas o comparten territorios simbólicos dotados de raíces comunes, potencializan sus apoyos mutuos, construyen iniciativas promisorias. En el ámbito académico, esa tendencia se ha mostrado fructífera. Aunque el inglés permanece firme como lengua ecuménica en el ámbito científico, se organizan conexiones sui géneris, cimentadas en el uso de idiomas mestizos, cual es el caso del portugués.

Conexiones euro-americanas

Las relaciones entre la Europa ibérica y sus antiguas colonias americanas murieron, significativamente, en el cernidor de la división internacional del trabajo generado por el armisticio que puso punto final a la Segunda Guerra Mundial. Los países iberoamericanos pasaron a gravitar en torno de la órbita de Estados Unidos como consecuencia de la doctrina panamericana.

La persistencia de los regímenes políticos dictatoriales y de las economías autárquicas comandadas por Franco y Salazar, levantaron una barrera a las relaciones políticas y a los intercambios intelectuales. Cuando ese cuadro mudó, en la década de los 70, coincidiendo también con el agotamiento de nuestro reciente ciclo autoritario, España y Portugal volvieron a mantener contactos intensos y permanentes con los países de América Latina.

Esta nueva conexión iberoamericana se fue forjando dinámicamente durante el último cuarto de siglo, en un ambiente de saludable cooperación bilateral. Las industrias latinoamericanas abastecieron las redes audiovisuales portuguesas y españolas de productos culturales capaces de satisfacer las demandas de consumo masivo de sus clases medias emergentes. Asimismo, los grupos financieros ibéricos exportaron capitales para América Latina, participando accionariamente en nuestras empresas de servicio público, privatizadas por los gobiernos nacionales que adoptaron la receta neoliberal del Fondo Monetario Internacional.

Como telón de fondo, vislumbramos una intensificación de la cooperación universitaria, sustentada en los programas estratégicos de la Unión Europea, y fomentada también por los proyectos de modernización académica financiados por el Banco Interamericano de Desarrollo.

Comunidad académica

La comunidad iberoamericana en el ámbito de las ciencias de la comunicación comen-

zó a ser construida en 1966, por iniciativa de la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo. Al celebrar 20 años de liderazgo nacional, esa institución inicia una ofensiva internacionalista capaz de sintonizarla con la vanguardia del área del conocimiento a que pertenece.

En esa ocasión, la ECA-USP atrajo a su campus el Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación, promovido anualmente por la Intercom (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación), aprovechando la coyuntura para también ampliar sus relaciones internacionales. Entre los múltiples eventos organizados paralelamente al congreso de la Intercom, se realizó el I Encuentro Iberoamericano de Ciencias de la Comunicación, en el que participaron varios investigadores latinoamericanos y una pequeña delegación española, procedente de Barcelona.

La semilla germinó en territorio fértil. Tres años después, cuando esa comunidad se reúne por segunda ocasión, en Florianópolis -con apoyo de la Universidad Federal de Santa Catarina-, su tejido mostraba mayor amplitud y consistencia. Era evidente la necesidad de un espacio exclusivo donde los intelectuales, que se expresan en español o portugués, pudiesen dialogar intensamente, sin la interferencia de las barreras idiomáticas. Más que eso: pudiesen confrontar ideas sobre fenómenos dotados de afinidades culturales, vislumbrando acciones cooperativas o proyectos integrales.

Institucionalización

Estos encuentros llegaron a ser conocidos por la sigla Ibercom, repitiéndose en Barcelona, España (1993); Santos, Brasil (1997), y Porto, Portugal (1999). El contingente que en torno a él se reúne ha crecido, demandando estructuras permanentes para su funcionamiento.

Correspondió al portugués Luis Humberto Marcos, director del Museo del Periodismo de Portugal, la iniciativa de institucionalizar esa comunidad iberoamericana, transformándola en asociación internacional. La idea fue aprobada en asamblea realizada en la ciudad de Porto, materializándose en el año 2000, en Santiago de Chile, cuando la Universidad Diego Portales realizó el sexto Encuentro Iberoamericano de Ciencias de la Comunicación.

Los socios fundadores decidieron que la nueva asociación debería ampliar su espectro, reuniendo no sólo a intelectuales participantes en la academia, sino también a aquellos que ejercen oficios de investigación en las empresas mediáticas y en los servicios públicos comunicacionales, ya sea vinculados a los gobiernos o al sector terciario.

Prueba de fuego

La institucionalización de esa comunidad enfrentó su prueba de fuego durante el año

2002. La dirección de la recién fundada Asociación Iberoamericana de Comunicación aceptó la propuesta de la Universidad Complutense de Madrid, por medio del ex decano de su Facultad de Ciencias de la Comunicación, Javier Fernández del Moral, para ser sede de la VII Ibercom.

Inicialmente programado para enero del año pasado, el evento despertó gran interés, contándose con 300 trabajos inscritos, procedentes de países europeos y latinoamericanos. Desgraciadamente, la proyección de la crisis económica argentina sobre las empresas españolas acabó por obstaculizar el encuentro, cancelado abruptamente pocos días antes.

Los organizadores madrileños frustraron a incontables personas, especialmente a aquellas procedentes de nuestro continente. Ellas habían sorteado la crisis económica que se abate sobre las economías americanas, preparándose para cruzar el Atlántico. Su anhelo era exponer experiencias profesionales o trabajos de investigación a sus colegas que viven situaciones similares en distintas geografías.

Osadía lusitana

Felizmente la osadía y cordialidad portuguesas permitieron que el evento fuese concretado en noviembre del año pasado. No todos los participantes previamente inscritos pudieron asistir, pero sus trabajos fueron presentados y discutidos, junto con otros propuestos adicionalmente.

El VII Encuentro Iberoamericano de Comunicación fue realizado en la comunidad de Maia, situada en las cercanías de Porto, desde el 16 al 18 de noviembre de 2002, congregando a más de 200 participantes. Evidentemente el mayor contingente fue constituido por lusitanos, castellanos, gallegos y catalanes, pese a que hubo un contingente razonable de latinoamericanos procedentes de Argentina, Brasil, Colombia, México, Venezuela y Puerto Rico.

La riqueza de los debates sobre las nuevas profesiones de la comunicación, tema central del evento, corroboró la singularidad del espacio latinoamericano, configurando experiencias que disienten de los patrones hegemónicos del mercado globalizado. Evidencias ilustrativas fueron expuestas y defendidas por especialistas vinculados a universidades europeas, como las de Santiago de Compostela, en España, y la de Aveiro, en Portugal; algo similar ocurrió con algunas americanas, como la de Puerto Rico; Vale dos Sinos, Brasil; y Zulia, Venezuela.

La próxima reunión iberoamericana en el campo comunicacional está programada para 2004, en La Plata, Argentina, cuya universidad pública celebra 70 años de ser pionera en la formación de periodistas en América Latina.

José Marques de Melo

EL CULTURICIDIO DE LA CULTURA

Estamos viviendo un profundo cambio en la economía de nuestra cultura como signo de existir todos los días. Este hecho, en perspectiva "revolucionaria", no es nada malo que digamos, pero el problema reside que en vez de catapultarnos hacia delante como sujetos y humanidad, estamos retrocediendo aceleradamente ante los ojos impávidos y ciegos del poder. Culturalmente hablando estamos presenciando una *involución cultural*. ¿Resultados? Lo que vamos a tener por un buen tiempo si las cosas y las "políticas" van por donde van, es una cultura sin fines, de caminos inciertos, de parálisis institucional de aquello que funcionaba bien, desaparición de instituciones o creación de nuevas con sentido clientelar, sin proyecto de país, sin estrategias ciertas; y todo por la avidez de estar en el poder con verdadera ineficiencia e incapacidad.

La cultura y lo que ella significa, su problematización, no ha estado presente en el gobierno como agenda de interés. Es que la cultura fue engullida por el discurso oficial y por la política. Así fue desde el mismo momento en que se iniciaba esta gestión gubernamental. Inicio de sobresaltos, de grandes ambiciones y de muchos recursos, pero ausencia de estrategias claras y precisas para conducir la administración cultural.

El tema económico para el sector cultural siempre ha sido trágico y crítico. Cuando se crea el INCIBA se puede constatar que el presupuesto del órgano rector de la política cultural oficial apenas copó un modesto 0,14% del presupuesto nacional, pero en 1995 la inversión estaba cercana al 1,5%. Sin embargo, no hubo otros momentos estelares para la promoción cultural pública. Hoy el porcentaje de partici-

El tema económico para el sector cultural siempre ha sido trágico y crítico. Hoy el porcentaje de participación del sector cultural en los presupuestos nacionales apenas supera en promedio el 0,24%.

pación del sector cultural en los presupuestos nacionales apenas supera en promedio el 0,24%. El apoyo económico del gobierno a la cultura ha venido cayendo abruptamente: bajando de 55.902,70 millardos de bolívares (el porcentaje de participación en el presupuesto del Estado fue de 0,47%) en 1998, a 45.855,70 millardos de bolívares (0,36% de participación en el presupuesto de la nación) en 1999; luego en el año 2000 la caída del presupuesto ordinario del Viceministerio de Cultura-CO-

NAC se ubica en 0,24% de participación dentro del presupuesto nacional (44.949,00 millardos de bolívares) y en el año 2001 el presupuesto para la promoción de la cultura pública ha experimentado un ligero aumento a 60.981,00 millardos, es decir un 0,26% de participación en el presupuesto estatal. Llegamos así al 2002 en donde el presupuesto ordinario de la cultura oficial se ubica en 63.542 millardos, pero su participación dentro de la Ley de Presupuesto Nacional baja nuevamente a 0,24% y en el año que recién hemos comenzado el presupuesto ordinario se ubica en el mismo monto del año 1998, es decir 55 millardos. Este presupuesto del Viceministerio de Cultura-CONAC apenas representa para este año 2003 un 0,5% dentro del presupuesto del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes y un escandaloso 0,14% del PIB.

Muchas debilidades, y pocos aciertos, ofrece la acción cultural del Estado, pero la más grave en estos últimos años ha sido la asignación presupuestaria que ha venido recibiendo el órgano rector de la acción cultural pública. Más allá de las promesas siempre conjugadas en futuro, la actuación real se ha concretado en una drástica reducción presupuestaria y precisamente en momentos de óptimos ingresos de la renta petrolera. Por eso, hoy no es justificable lo que muchos funcionarios del alto gobierno han venido expresando: "El problema de la deficiencia del presupuesto en la cultura es el mismo que está viviendo todos los entes públicos producto del paro golpista, fascista y terrorista"; antes ¿cuál fue la excusa?

Marcelino Bisbal



Pentágono impone reglas a periodistas

El manual distribuido por el ejército estadounidense a los periodistas que acompañarán a sus soldados en una guerra en Irak define un marco estricto que, según algunos profesionales, podría constituir un acceso restringido a la información.

Cientos de reporteros del mundo entero, que cubrirán la guerra en Irak desde el interior de unidades del ejército norteamericano, deben leer y firmar un documento de dos páginas y 50 artículos, presentado por el Pentágono como un esfuerzo para dar a los medios de comunicación un acceso al campo de batalla sin precedentes desde la Guerra de Vietnam (1964-1975), destacó AFP.

El texto tiene por fin mantener un delicado equilibrio entre el apetito de información de los 500 periodistas invitados a cubrir la guerra y la necesidad militar de mantener sus operaciones bajo secreto, para conservar

su superioridad táctica sobre el adversario. 'Estas reglas básicas reconocen el derecho de los medios de cubrir las operaciones militares y su finalidad no consiste en impedir la publicación de artículos desagradables, embarazosos o negativos', indica el documento.

Aunque los periodistas recibieron favorablemente las reglas generales, están preocupados por la posibilidad de que algunas de ellas se traduzcan en la práctica en la imposibilidad de 'sacar' informaciones.

Las reglas autorizan teóricamente a los periodistas a señalar los lugares, fecha y horas de combate, así como el número de víctimas, soldados y enemigos capturados. Pero el comandante de las operaciones será quien decida, en última instancia, lo que podrán escribir y, sobre todo, cuándo. (Al Kuwait, Eud.com, 9-03-2003)

FORO: "MEDIOCRACIA: CRISIS DE REPRESENTACIÓN"

Los medios: nuevos actores de la representación política

Los medios de comunicación venezolanos han reorientado su misión y ante la crisis de las instituciones, comenzaron a asumir el papel en la representación política de la ciudadanía en el ámbito de la democracia y la política.

En este planteamiento coincidieron Maryclen Stelling, profesora de la Universidad Católica Andrés Bello, Marcelino Bisbal, profesor de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela y miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación* y Alberto Barrera Tyszca, escritor y columnista del diario *El Nacional*, en el foro "Mediocracia: crisis de representación". Realizado el pasado 29 de abril, en la sala "A" del Ateneo de Caracas, la actividad se organizó para presentar el número 121 de la revista *Comunicación* dedicado a esta temática.

Una nueva forma de representación

"Las massmediación en la Venezuela del presente, está configurando una nueva forma de ser ciudadanos, una manera distinta de representarnos en el ámbito de lo político", con esta afirmación inició Marcelino Bisbal su intervención.

Explicó que una investigación realizada por un equipo del Centro Gumilla, en 1999, reveló un alto porcentaje de participación de los ciudadanos en el nivel de uso de aparatos mediático como la televisión (98%), la radio (72%), música de CD o cassette (62%) o la prensa escrita (49%). "Todos ellos en conjuntos nos están diciendo como los aparatos de mediación social más importantes en este momento, lo constituyen los aparatos mediáticos, la massmediación que ellos introducen".

En ese sentido señaló que los nuevos signos que aparecen van determinando y modificando unos niveles de comportamiento en distintos ámbitos de la vida, que tienen que ver con los campos de la política, la democracia, la participación ciudadana y la manera de entender al partido político.

En su análisis del tema se planteó una interrogante: "¿cómo entendemos hoy, más allá de lo que yo quisiera llamar la ideología de la nostalgia, tan presente en estos tiempos, al menos en el contexto venezolano, los cambios que los medios de comunicación social y su mediación han venido introduciendo en el tiempo presente?".

Considera que hoy en día hay un "desencantamiento de la política", que se evidencia sobre todo en las jóvenes generaciones. Esto lleva a considerar al partido político de una manera distinta y "a partir de la ideología de la nostalgia (...) echarle toda la culpa a los medios de comunicación social".

"Yo ensayo decir que los medios no tienen nada que ver en este proceso de desencanta-

miento de la política y que la respuesta habría que ubicarla en el propio partido político y en la misma sociedad", aseveró.

Finalmente indicó que en la actualidad, la ciudadanía se ha convertido en un montón de cifras estadísticas que nadie explica. "Hoy, al menos, después de los sucesos del 11 de abril, la sociedad civil no es más que una construcción mediática". Esto, nos lleva a preguntarnos "quién cataliza a quién, los medios a la sociedad, o la sociedad a los medios" concluyó.

Seguidamente la profesora Maryclen Stelling planteó una interrogante para iniciar su disertación: "¿crisis de la representación, o representación de la crisis?".

"Nos encontramos en el ámbito de la relación entre el poder político y los medios de comunicación y ante una realidad actual donde mediocracia y democracia convergen en la búsqueda del poder", señaló.

Stelling explicó que estamos en presencia de una crisis de representación cuando "los representados pierden la confianza en sus representantes y por ello se niegan a cederle su representación, que es un poco lo que nos está pasando hoy día a los venezolanos".

Consideró que ante el declive o la desaparición de la democracia representativa ha dado paso a un "sistema de democracia de opinión" en donde los medios de comunicación o agrupaciones o líderes carismáticos adquieren mayor influencia que los líderes políticos.

"Ante el debilitamiento o decadencia del sistema político, los medios no se han resistido a la tentación de llenar ese espacio y sustituir a los partidos. Se han ido imbricado, cada vez más, en el entramado del poder político, hasta establecerse como actores centrales y cambiar las relaciones tradicionales entre el poder político y los propios medios de comunicación" aseveró.

"Es innegable entonces el predominio e influencia de los medios de comunicación que ha provocado que a la democracia en nuestros días se le comience a denominar, mediática, de espectáculo, de sondeo, video-democracia o lo que hoy nos ocupa, mediocracia".

Finalmente se planteó la siguiente interrogante, "¿qué hacemos ante esta mediocracia que juega a una representación de la crisis ajustada a sus propios intereses?".

Entretanto, Alberto Barrera Tyska, puntualizó que los medios de comunicación han tenido una participación clave en determinadas circunstancias de la vida política del país. Así recordó la influencia que éstos tuvieron en la salida del ex presidente de Carlos Andrés Pérez, quien fue sometido a juicio y condenado por corrupción, en 1993, antes de finalizar su segundo período de gobierno. Asimismo, señaló que el nacimiento del actual presidente venezolano, Hugo Chávez, como figura políti-

ca, partió de la cobertura mediática que tuvo el intento de golpe de Estado, ocurrido en febrero de 1992 y que fue liderado por éste.

"A mi me parece que el nacimiento político de Chávez es absolutamente mediático, un Chávez a el que le ponen las cámaras y a partir de ahí es una maravilla mediática", aseveró.

Considera que el debilitamiento de los organismos estatales que ha venido ocurriendo en Venezuela desde hace algunos años, contribuyó a que los medios de comunicación reorientaran la misión que les corresponde cumplir en la sociedad. "Los medios, frente a la crisis de las instituciones, comenzaron a tomar este papel de conciencia de la sociedad y de alguna manera este rol después se les fue de las manos", indicó.

"Los medios comenzaron a convertirse en ese espacio que tenía a verdad y la sabía decir, o la decía de alguna manera, mejor que los políticos. Y en ese momento empezó como un proceso perverso, que yo no creo que se inicia con la quinta república", agregó.

Finalmente habló sobre el protagonismo que han asumido diversos actores de la sociedad ante la presencia de los medios de comunicación, "Hoy en día cualquiera en la calle agarra al periodista se pone la cámara enfrente y hasta prescindir del periodista. Si éste le formula una pregunta y aquél contesta directamente a cámara. Hay una relación que se ha establecido entre el que va a opinar. Aquel protagonista que, supuestamente, es el periodista, de repente desaparece y este es un ejercicio político que a mi me asombra".

Un espacio para la discusión

Al inicio del encuentro el director de la Revista Comunicación, Andrés Cañizález, dio la bienvenida a nombre del Centro Gumilla y del equipo de la revista *Comunicación* y presentó el número 121 de la publicación, dedicada al estudio del tema "Mediocracia: crisis de representación". Explicó que esta edición "hace un aporte al debate que se está dando en el país, sobre el papel de los medios y la democracia".

"La revista esta en la mejor disposición de abrir un debate, como ha sido nuestro lema tradicional, desde una perspectiva crítica y alternativa, en torno a los que han sido los fenómenos de la comunicación y particularmente en la sociedad venezolana", indicó Cañizález.

Por su parte, Agrivalca Canelón, miembro del Consejo de Redacción de *Comunicación*, explicó que la temática abordada en el foro y en el número 121 de *Comunicación* obedecen a la relevancia que ha asumido el tema del papel de los medios de comunicación, en el sistema democrático, en el contexto político actual de Venezuela.

Luisa Torrealba

La Revista *Comunicación* del Centro Gumilla aceptará trabajos en calidad de colaboraciones para sus secciones de Entrada, Estudios, Informaciones y Reseñas de libros, siempre y cuando estén referidos al tema de la comunicación y sus diferentes orientaciones, y representen una perspectiva crítica y alternativa. Es indispensable que los trabajos enviados se apeguen a lo estipulado en los requisitos aquí expuestos.

El envío de una colaboración no garantiza su publicación. Los trabajos recibidos serán evaluados por el Consejo de Redacción, quien determinará si pueden ser publicados. Eventualmente el Consejo de Redacción realizará sugerencias de cambios a los trabajos que lo ameriten; sin embargo, quedará a juicio del autor si quiere realizarlos, y si se compromete a entregar el original modificado en el plazo convenido. El Consejo de Redacción notificará al autor, previo a la publicación, que su trabajo ha sido aceptado. Los trabajos para la sección Estudios son arbitrados.

Los materiales enviados deberán ser preferiblemente inéditos y en lengua castellana. Si algún autor envía un trabajo que ya ha aparecido en otra publicación o que está comprometido, deberá consignar una autorización que permita a *Comunicación* su publicación.

Los materiales podrán ser enviados por correo ordinario o electrónico a las respectivas direcciones:

Revista *Comunicación*

Centro Gumilla. Edificio Centro Valores, local 2, esquina de la Luneta, Altigracia. Apartado 4838 Caracas 1010-A – Venezuela.
comunicación@gumilla.org.ve

En caso que el autor utilice el correo ordinario, el trabajo deberá ir acompañado de un diskette con el archivo.

Los trabajos deben ser remitidos en Word 98 ó 2000 para PC o su compatible en Macintosh. La fuente debe ser Times New Roman de 12 puntos, y doble espaciado. Los intertítulos deben ir en negritas y subrayados.

Los trabajos para la sección *Entrada* tendrán que oscilar entre 20 mil y 25 mil caracteres con espacios (13 a 17 cuartillas). Los *Estudios* oscilarán entre 40 mil y 60 mil caracteres con espacios (27 a 40 cuartillas). Las reseñas y las informaciones no deberán pasar de 6 mil caracteres con espacios (4 cuartillas).

Las entradas deben venir acompañadas de un sumario no mayor a 70 palabras. Los estudios deben tener un resumen que oscile entre las 100 y 120 palabras; y en la medida de lo posible su traducción al inglés (Abstract). También es conveniente que tanto en las entradas como en los estudios señale el autor un máximo de seis palabras claves, a los efectos

de su registro en la base de datos de la publicación.

No será permitido el uso del subrayado como técnica para resaltar una información dentro de los textos. Para tales efectos se sugiere el uso de las cursivas. Asimismo, tampoco se aceptará el uso de las negritas para resaltar nombres, marcas, títulos de obras, entre otros.

Las notas y las referencias bibliográficas deben ubicarse al final del texto. No se aceptarán notas al pie de página. La bibliografía debe presentarse, lo más breve posible, de acuerdo al siguiente sistema:

• Para libros con un sólo autor:

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora.

Ejemplo

DÁVALOS, Lorenzo (1992): *Cultura y filantropía empresarial*. Caracas: Ediciones IESA

• Para libros con dos autores:

Apellido del primer autor en mayúsculas, nombre del primer autor en altas y bajas y Apellido del segundo autor en mayúsculas, nombre del segundo autor en altas y bajas (año): *título en cursivas*. Ciudad: Casa editora

Ejemplo

MONCLÚS, Antonio y SABÁN Carmen (1997): *La escuela global*. Madrid: Fondo de Cultura Económica / Ediciones UNESCO

• Para colaboraciones en libros

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año) "título del trabajo entre comillas". En: Nombre y apellido del autor en altas y bajas: *título del libro en cursivas*. Ciudad: Casa Editora. Páginas.

Ejemplo

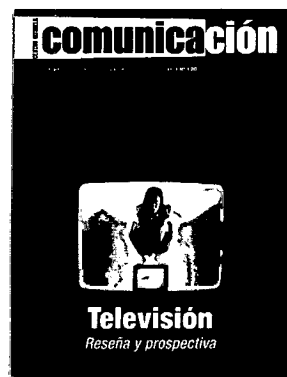
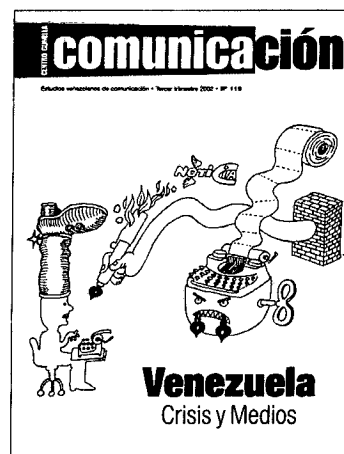
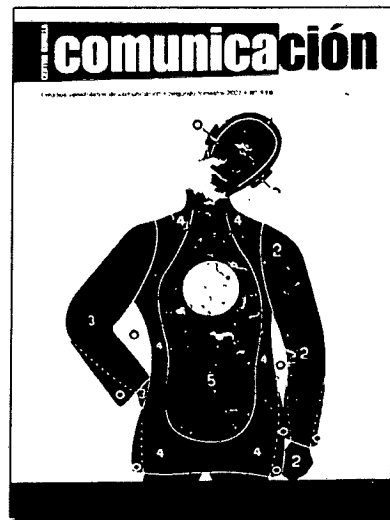
GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999): "El Consumo cultural: una propuesta teórica". En: Guillermo Sunkel (coordinador): *El consumo cultural en América latina*. Santafé de Bogotá: Convenio Andrés Bello. pp 26-47

• Para artículos en revistas

Apellido en mayúsculas, nombre en altas y bajas (año): "título del trabajo entre comillas". En: *Título de la revista en cursivas*, volumen y número (en caso de tener ambos), páginas.

Ejemplo

GONZÁLEZ DE PACHECO, Rosa Amelia (2000): "Entre el Estado y el mercado: el sector sin fines de lucro". En *Debates IESA*, Vol. 5, N° 4, pp. 47-51.



YAMPAYEC. Reflejos ancestrales

El instinto es un factor fundamental en cualquier proceso creativo. En el arranque de toda actividad artística, entre lo dicho y lo que está por decirse, en el fondo de todo, hay una fuerza instintiva que nos impulsa en una dirección, fuerza que brota de la profundidad del inconsciente, del más oscuro fondo. Luego vendrá, al calor de ese primer contacto, la reflexión que hará alcanzable lo inalcanzable.

En la actualidad existen artistas que han mostrado un particular interés por el signo arcaico. Por la interacción de las voces ancestrales, que con sus puntos y rayas se conectan con la realidad tecnológica de un presente digital. De la interacción de lo propio y lo ajeno, se ha ido conformando una especie de entrelazamiento de relaciones antagónicas, ambivalentes. De todo esto han resultado una serie de obras donde lo fundamental es la convivencia de la diversidad. Al punto de producir la interconexión del presente con el pasado, de lo real con lo digital.

Gerda Riechert, artista peruana-alemana quien actualmente reside en Caracas, ha dedicado parte de su producción creativa, en especial su última serie *Yampayec*, a una propuesta que la ha llevado a repensar la interacción entre las relaciones que se dan al asumir su trabajo como una propuesta abierta que tiende un puente entre la periferia y el centro, entre lo marginal y lo tecnológico. Gerda estudió Arqueología en la Pontificia Universidad Católica del Perú, lo cual le ha permitido, por razones profesionales, mantener un contacto directo al participar en diversas excavaciones, con la cultura material de las etnias ancestrales de nuestro continente. Parte de este trabajo es recogido en la muestra *Yampayec, Reflejos Ancestrales*, la cual forma parte de la exposición que la artista presentará en la galería Hungen, del castillo Hungen-Hessen, en la República Federal de Alemania.

Yampayec, según Gerda Riechert, "son interpretaciones inspiradas en códigos pertenecientes a culturas prehispánicas del Perú que hoy podemos conocer, principalmente, a través de los restos arqueológicos y de la sociedad que los heredó de sus antepasados. Esas interpretaciones se materializan mediante una propuesta donde se combinan medios contemporáneos como la fotografía digital, el ordenador y la impresión digital, con una técnica tradicional como es el dibujo. Las obras son creaciones directas e indirectas, porque en ellas se mezcla lo previsto y lo fortuito.



Los instintos son fuerzas arcaicas y cada vez se están debilitando más, porque las distancias respecto a las fuentes de lo arcaico aumentan, mientras la manipulación, por parte del materialismo intelectual, progresa. La persona se está reduciendo a un ser únicamente material. Los instintos primitivos contenían en sí mismos todas las fuerzas, por lo que obviamente, dependíamos de ellos. Para el mundo arcaico, el Geist (espíritu-inteligencia) no era irreal, porque constituía precisamente la realidad, lo físico era menos real que lo sobrenatural.

Joseph Beuys. "El arte no existe". Revista *Lápiz*. 82/83

La matriz metálica, que está trabajada con incisiones, repujados y relieves, pasa a ser un recurso más porque al fotografiarla digitalmente se busca la intervención de la luz, la atmósfera, la bóveda celeste, las nubes y el entorno, con el fin de obtener la imagen final. La digitalización permite reproducir tantas imágenes como se desee, todas ellas originales, razón por la cual podemos replantearnos el concepto del *original*, quedando la firma, como única evidencia de autenticidad, en el aquí y en el ahora, en el tiempo presente".

En las diversas etapas del proceso de trabajo empleado por Gerda, hay un sentido de apertura ante la acción y el pensamiento creativo, permitiendo acentuar el sentido abierto y en constante proceso de la obra. Esto la lleva a la convocatoria de lo no previsto de las fuerzas del instinto, que al entrecruzarse con la razón y su visión objetivadora, añaden nuevas lecturas en *Yampayec*.

Víctor Hugo Irazábal | irazabalzu@yahoo.com



- **Periodismo y conflicto:
un itinerario interdependiente**
- **En la guerra los periodistas
fastidian**
- **La disrupción entre
lo público y lo privado en la
esfera de la comunicación**
- **Los medios y la participación
ciudadana**
- **¿Reflejan los medios la realidad
del mundo?**
- **¿Cerrado por reformas?
Cine Latinoamericano hoy**
- **Ernesto Mayz Vallenilla
y el poder en los medios
de comunicación**
- **La libertad de información**
- **Usos de Internet por
Organizaciones Indígenas
de Abya Yala**
- **Consumos culturales
massmediáticos en tiempos
de globalización**
- **Reconocerse como audiencia
de la televisión**