

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Comunicacion-movimientos-y-politicas-publicas-en-America-Latina>

Comunicación, movimientos y políticas públicas en América Latina.

- Notre Amérique -

Date de mise en ligne : mardi 6 novembre 2007

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

El treinta aniversario de la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) fue el motivo propicio para analizar en Quito los temas relacionados con la comunicación, los movimientos sociales y las políticas públicas de comunicación.

Por Eduardo Tamayo G.& Gissela A. Caicedo A.

[Alai-Amlatina](#). Perú, 1° de noviembre de 2007.

La irrupción de los movimientos sociales como actores en el escenario público de América Latina y el Caribe, y el contexto de cambios políticos que vive la región, están conduciendo a una revalorización de la comunicación por parte de tales movimientos, y a la renovación de las demandas por su democratización. En este marco, uno de los temas que emerge en la agenda de debate es la comunicación pública.

Esta problemática fue abordada en dos eventos que ALAI organizó en Quito el 30 de octubre : en el seminario "Movimientos sociales y ciudadanos y políticas públicas de comunicación", -llevado a cabo conjuntamente con el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)-, en el marco del Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales, organizado por FLACSO-Ecuador. Y en el "Conversatorio : comunicación en clave de movimientos sociales", realizado en la Universidad Andina Simón Bolívar, con la asistencia de dirigentes sociales, intelectuales y un gran contingente de jóvenes.

Movimientos sociales : el eje central es la autonomía

Raúl Zibechi, periodista y analista internacional del semanario Brecha de Uruguay, destacó que "en el período actual, los espacios de socialización y los medios de comunicación creados por los movimientos corren el peligro de verse interferidos y cooptados por los estados, enfrascados en la profundización de planes sociales para combatir la pobreza. Esos planes, inspirados en políticas focalizadas, son una de las mayores amenazas que sufre la autonomía del mundo popular e indígena. Para los movimientos sociales y las sociedades en movimiento de América Latina, se trata de fortalecer la independencia de sus organizaciones y de sus medios de comunicación, evitando la centralización y la jerarquización de algunos medios en detrimento de otros".

Zibechi manifestó que los espacios de interconexión de los movimientos donde se articula la resistencia y la rebelión han sido la clave para la deslegitimación del modelo neoliberal y para la generación de una coyuntura como la que vivimos en América Latina en "la cual han surgido movimientos populares fuertes que han dado pie a gobiernos no neoliberales o por lo menos que intentan ir más allá del neoliberalismo, con dos vertientes : una claramente rupturista del modelo, representada por Venezuela, Bolivia, Ecuador, y una corriente más continuista que se expresa en Brasil, Uruguay y Argentina".

El tema central de los movimientos, tanto en el contexto de los gobiernos progresistas como en aquellos países donde aún dominan las fuerzas neoliberales como son Colombia, Paraguay, Perú y Chile, es mantener la autonomía. "Independientemente del mayor o menor respaldo (a los gobiernos), la capacidad de construir la autonomía es un dato fundamental, porque, así como fue la autonomía de los movimientos lo que deslegitimó el modelo, es la autonomía de los movimientos, en última instancia, la garantía de que haya cambios, que, tal como los entiendo, difícilmente vienen de arriba, sino que el arriba puede facilitar algunos cosas pero básicamente van a venir de abajo", sostuvo el investigador uruguayo.

Enfrentando a la dictadura mediática

El director del semanario Brasil de Fato, Nilton Viana, hizo un análisis de los medios de difusión de Brasil, los cuales nunca han sido tan poderosos como ahora. "Los avances tecnológicos y el intenso proceso de concentración y monopolización del sector en la últimas décadas, asociado a un sospechosa ausencia de control público, convierte a los grandes medios en una peligrosa amenaza para la democracia".

Los medios se comportan como verdaderos partidos de las elites en defensa de sus intereses neoliberales, asumiendo los roles que les corresponden : construcción de la agenda pública ; generación y transmisión de informaciones políticas ; fiscalización de las acciones del gobierno, etc. "Todos sabemos que los medios dominantes criminalizan a los movimientos sociales y descalifican las manifestaciones y las luchas del pueblo".

En este escenario, según Viana, la tarea de los movimientos sociales y de los partidos de izquierda es luchar por la democratización de la comunicación y fortalecer los medios alternativos contra-hegemónicos, teniendo en cuenta que "sin enfrentarnos a la dictadura mediática no habrá avances en la democracia y en las luchas de los trabajadores por una vida más digna y por la superación de la barbarie capitalista".

Teniendo como norte la democratización de la comunicación, el Movimiento de Trabajadores Rurales sin Tierra (MST) junto a otros movimientos como Vía Campesina- Brasil, el Movimiento de la Consulta Popular, las pastorales sociales, crearon el periódico Brasil de Fato en el 2003.

"El semanario, de circulación nacional, contribuye al debate de ideas y al análisis de los hechos desde el punto de vista de las necesidades de cambios sociales en nuestro país. Sin embargo, en un país donde unas pocas familias detentan el monopolio de los medios, hacer un periódico alternativo, popular e independiente es un gran desafío".

"Cuando lanzamos Brasil de Fato, señaló Viana, con un tiraje de 100.000 ejemplares, y un costo mensual de alrededor de 100.000 dólares no nos imaginamos, que a más de la cuestión financiera, enfrentábamos el problema ideológico con los grandes medios". Estos últimos controlan las empresas de distribución y han boicoteado la distribución del semanario, desde que éste nació, hasta ahora.

Pese a ello "estamos resistiendo. El periódico se ha consolidado como un medio de izquierda que sirve de referente para sindicalistas, profesores, intelectuales y diversos sectores organizados de la sociedad. Creamos una página que paulatinamente va creciendo en el número de accesos, elaboramos un boletín electrónico semanal que llega a 100.000 personas, hacemos ediciones especiales cuyos tirajes varían entre un millón y dos millones de ejemplares y elaboramos un programa de radionoticias denominado Planalto que llega a más de mil radios que difunden nuestras noticias", finaliza Nilton Viana.

La pedagogía de la comunicación

La investigadora del Centro de Investigación y Formación de los Movimientos Sociales Latinoamericanos, Claudia Korol, en su ponencia escrita sobre la pedagogía popular de la comunicación, sostiene que "los medios de comunicación de masas son los principales productores de (...) informaciones alienantes, estimulando una manera de estar en el mundo atravesada por la imposibilidad de satisfacer las necesidades creadas por la sociedad de consumo, y por la angustia permanente frente a ello". A ello se agrega "la incapacidad de reaccionar frente a los hechos que se suceden vertiginosamente en las pantallas de las TVs ; o en los informativos de los diarios y radios, que pueden dar cuenta simultáneamente de las políticas de destrucción de la naturaleza, de las guerras e invasiones que se multiplican en nuestras narices, o de la imposibilidad de vivir sin consumir un refresco o de progresar sin un celular de última generación".

Según Korol, "la incomunicación es parte de la vida cotidiana actual, de las estrategias del poder para acentuar el

individualismo, la fragmentación, el escepticismo, la depresión, y la desesperanza. Seres humanos aislados, desenchontrados con sus pares y consigo mismos, se van sintiendo cada vez más perplejos frente al mundo.

"En este contexto se vuelve fundamental compartir y comprender los sentidos con que intentamos nuestras transformaciones. Comprender y comprendernos, y para ello comunicarnos y comunicar. Para asumir este desafío, los movimientos populares han multiplicado iniciativas político-culturales, que dan cuenta de una enorme creatividad (forjada y educada en el esfuerzo de sobrevivir en tiempos de exclusión). Estas iniciativas hablan de nuevas maneras de entender la militancia, el compromiso social, en las que se revaloriza la lucha cultural en la renovación del imaginario popular sobre las posibilidades del cambio social y en las que se forman los nuevos intelectuales orgánicos de los movimientos populares".

Ciudadanía y políticas públicas de comunicación

Sally Burch, directora ejecutiva de ALAI, destacó que gracias a los "cambios políticos que está viviendo una parte de América Latina y también al auge de movilizaciones sociales en los países donde los procesos electorales no han arrojado los cambios esperados por gran parte de la población", se está reactivando un movimiento por la democratización de la comunicación.

Esta reactivación tiene como una demanda constante lograr "mayores espacios de participación democrática que implica también una demanda de acceso a los medios de expresión pública".

También hizo referencia al actual carácter de los medios comercializados, para los cuales las ganancias se constituyen en la principal finalidad, lo cual pone en entredicho la ética, diversidad e independencia de los medios. No obstante, cualquier intento de defender el interés público es tratado por estos medios como una amenaza a la libertad de expresión, cuando en realidad "lo que defienden son sus intereses comerciales, y no el derecho ciudadano a la información y la expresión".

Este hecho, se constituye en uno de los principales factores que está reactivando la demanda de democratización de la comunicación, demanda que no solo proviene de los sectores relacionados a la comunicación, sino que está encontrando eco en diferentes sectores de la sociedad y particularmente en los movimientos sociales.

Dentro del proceso de democratización de la comunicación, un eje central es afirmar el carácter público de la misma, es decir, "reconocer que todos los medios de comunicación cumplen un servicio público, más allá de que estén bajo gestión privada, comercial, estatal, comunitaria u otra bajo esa óptica, cuestiones como quiénes controlan los procesos de comunicación en la sociedad, quiénes participan en estos procesos, cómo se desarrollan las instituciones y las tecnologías respectivas, son aspectos fundamentales". Los mismos deberían ser temas no solo de amplio debate ciudadano sino también estar sujetos a normas que precautelen el interés público, contando para su desarrollo con un conjunto de políticas públicas.

Comunicación en la democracia participativa

La presidenta del canal público "Vive TV" de Venezuela, Blanca Eekhout, criticó lo que denominó el paradigma comunicacional dominante que se basa en el poder mediático y se constituye en el sustento de la democracia liberal burguesa. Para ella, este paradigma busca que los sectores populares desposeídos se identifiquen con las visiones, discursos y objetivos de un pequeño grupo perteneciente a las elites políticamente dominantes.

Eekhout señaló la necesidad de crear un nuevo modelo de comunicación, ya que solo se logra una "verdadera

participación popular si el pueblo es protagonista del proceso y para ello el pueblo debe reconocerse, reencontrarse, articularse, es decir comunicarse y esa comunicación pasa por el uso de los medios masivos".

La comunicadora se refirió al caso venezolano en donde, a partir del año 1999 en que se inicia el proceso de la Asamblea Constituyente, se incluyó la comunicación como derecho humano y se legalizó la existencia de los medios comunitarios, obligando al Estado a garantizar a las comunidades las herramientas para ejercer este derecho.

Este paso ha permitido que en la actualidad Venezuela cuente con 33 televisoras comunitarias habilitadas y que 26 estén en proceso de habilitación, 189 radios comunitarias habilitadas y 150 en proceso de habilitación. De las radios, el 50% están equipadas y de las televisoras, el 40% tienen los equipos para ser medios comunitarios.

La expedición de la Ley de responsabilidad social en radio y televisión le ha permitido a Venezuela avanzar en su objetivo de democratizar la comunicación. En esta ley consta la obligatoriedad de que los canales tengan el 60% de producción nacional y de ese 60% se obliga a que el 60% sea producción independiente, lo que implica un desarrollo de la diversidad y pluralidad, porque permite a grandes sectores de la sociedad participar de la elaboración de los contenidos.

La ley también contempla horarios dedicados a jóvenes y niños y que se establezcan programaciones adecuadas para ellos. Finalmente se da un espacio a los usuarios/as de los medios, para que se organicen en comités y así puedan discutir los contenidos de la programación de las televisoras públicas y privadas.

Prensa pública

El sociólogo brasileño y secretario ejecutivo de CLACSO, Emir Sader, abordó el tema la prensa pública, desde un análisis de lo que significa la esfera privada y la esfera pública en la era capitalista, destacando que la esfera privada se constituye en una esfera mercantil debido a la gran expansión de las relaciones mercantiles en el mundo, en donde todas las cosas pasan a ser una mercancía y a tener un valor de cambio.

Por otro lado, señaló que la "esfera democrática es la esfera pública, la esfera de la universalización de derechos (...) y donde democratizar es desmercantilizar, sacar de la esfera mercantil y llevar a la esfera de la solidaridad, de la complementariedad, del intercambio".

En este sentido, la idea de una prensa pública es la idea de la construcción de consensos, por lo tanto en la prensa pública no solo se debe abordar la información y el debate, sino también la construcción de nuevos valores, "porque no hay otra forma de vida hoy día que dispute hegemonía con la forma de vida norteamericana".

Para Sader construir prensa "no es solo es un tema del debate político, del debate informativo, la idea es dar espacios de concesión a identidades diversificadas, identidades autónomas.... construcción de sociabilidades alternativas, identidades alternativas, consensos alternativos que puedan llegar a ser hegemónicos".

Integración y comunicación

"Políticas Públicas de comunicación e integración regional" fue el tema de la ponencia enviada por Adalid Contreras, director general de la Comunidad Andina de Naciones -CAN-. Para Contreras existe una articulación entre comunicación, integración y los modelos de desarrollo. Él identifica tres modelos para el caso de la Comunidad Andina : 1) el modelo de integración como sustitución de importaciones y la comunicación crítica ; 2) el modelo de integración del regionalismo abierto y la comunicación como difusión ; y 3) el modelo de la integración integral y la

comunicación como relación.

"Entrando al siglo XXI, otros escenarios se pintan en el continente. Nuevos modelos económicos y enfoques políticos cambian el escenario de las políticas nacionales y también los de la integración. La Comunidad Andina no se exime de estos procesos. Bolivia y el Ecuador cambian sus modelos de desarrollo, persisten en su propósito del desarrollo regional, y aspiran a un reconocimiento de sus propuestas en el seno de la CAN, donde conviven con Perú y Colombia que se aferran a los esquemas de liberalización. Existen dos visiones sobre la inserción internacional de los Países Miembros y el papel del Estado en las políticas de desarrollo", señaló el comunicador boliviano.

"En un esquema de esta naturaleza, la comunicación necesita pensarse multidimensional, de diversas aristas y posibilidades articuladas por un propósito, el de la construcción del discurso convergente entre sujetos sociales, entre modelos de desarrollo, entre países, y entre bloques de integración. Es decir, se requiere, del mismo modo que la integración integral una comunicación integral que ponga en relación paradigmas de comunicación.

"En este sentido, la CAN está optando por un sistema de comunicación de triple constitución. Por una parte una comunicación participativa, donde redes de comunicadores y medios, así como la sociedad, expresan sus propuestas de sociedad. Por otra parte la comunicación política o de la construcción hegemónica de discursos pone en el debate posiciones buscando consensos prácticos que encaminen la integración en sus ámbitos económico, social, político y cultural. También son necesarias formas de comunicación institucional que posicionen la noción de la supranacionalidad, o de la "nación andina", como una posibilidad de convivencia. Finalmente la información es indudablemente una necesidad básicamente educativa para el conocimiento de los procesos de integración andinos y la motivación de la participación en ellos", enfatiza Contreras.

Caminar juntos

Para cerrar el conversatorio, Oscar Ugarteche, presidente de ALAI, señaló que ésta nació hace treinta años en Montreal, Canadá, como una iniciativa de periodistas latinoamericanos preocupados por romper el bloqueo informativo sobre América Latina en el contexto de las dictaduras que reinaban en la mayor parte del continente.

Agregó que en esa época quedaron invisibilizadas del sistema mediático las organizaciones sociales que luchaban por restaurar la democracia, tener voz propia y poder incidir en el desarrollo de la región. "Desde entonces, ALAI se dedicó a difundir las actuaciones y las propuestas de las organizaciones y movimientos sociales, y se dio como tarea facilitar el conocimiento mutuo y las interconexiones entre ellos, así como también contribuir al pensamiento crítico y su vinculación con los actores sociales. En este caminar juntos con las fuerzas del cambio social, la orientación de ALAI ha sido la democratización de la comunicación, reto que ha significado, por un lado, articular esfuerzos con los actores sociales para formular propuestas políticas, y, por otro, contribuir a los esfuerzos de los movimientos sociales por desarrollar sus propias capacidades y apropiarse de las nuevas herramientas de comunicación".