

Rol de la comunicación en la integración

El Ciudadano · 8 de enero de 2015



Obviamente a las velas, principalmente las que se sostenían en las empalizadas de alrededor de la casa o en sus muros de piedra, acudían miles de insectos, felices de ver una luz en medio de la oscura noche medioeval.

Y en tanto venían los bichos de luz, caía también la presencia de un natural depredador de ese –diríamos– festín de insectos, o sea, los búhos.

Y en tanto, a consecuencia de este interés –nada funerario sino intensamente gastronómico– es que la tradición recoge que los búhos se aproximan a los velorios siempre.

Esta historia tiene cierto valor para ponerla en comparación con la historia de la comunicación pública en América Latina.

Ella está muy marcada –no por el miedo, no por la superstición– sino por la desconfianza y por lo menos la razón histórica mas importante que marca esa sensación tiene que ver con el pasado, no con los insectos de luz sino con aquellos dinosaurios del autoritarismo que devoraron libertades y vidas en el continente por muchos años.

Por alguna razón que algún experto en sicología social podría tratar de esclarecer mejor, la comunicación pública que acompañó esos procesos quedó más estigmatizada que la comunicación privada, que también, con ejemplos abundantes, comió en la mesa de aquellos opresores.

La leyenda negra de una comunicación justificante de los abusos oficiales es una carga negativa de la que muchas experiencias de comunicación pública tratan de desembarazarse, en la soledad de su gestión, con una fuerte desconfianza que es atizada generosamente por intereses contrapuestos.

Vale por ello empezar por el núcleo de este asunto, antes de comentar el proyecto de integración de medios públicos que radica en UNASUR desde el 2012 y es

oportuno conversar sobre ello.

Cuando debatíamos el nacimiento de la Televisión Pública en Paraguay una reacción típica de la prensa empresarial era que íbamos a construir una especie de fortín mediático para el Gobierno.

Es imposible fotografiar el dónde están parados muchos medios públicos en América Latina sin revisar su interacción en medio del fuerte antagonismo entre gobiernos y medios privados, incluso un poco antes, pero principalmente a partir del nuevo milenio.

Primero reconocer un dato fundamental:

Nunca como en este tiempo, los gobiernos se han interesado tanto y tan específicamente en los medios estatales. En el caso de los gobiernos progresistas el énfasis ha sido especial. Se ha mejorado infraestructura, se avanzó hacia la construcción de redes, algunas emblemáticas como Telesur y se avanzó hacia un relevante repositorio audiovisual de comunicación cultural desde lo identitario.

Pero eso no excluye la pertinencia de una autocrítica y es que se dejaron espacios sin debatir suficientemente: uno de estos espacios es el debate conceptual sobre los medios públicos.

Acto seguido, los medios públicos se topan en un momento clave de su insinuación fundacional con un relato inevitable: la realidad.

Vamos a zambullirnos en una arista importante de este contexto.

El debilitamiento de la oposición a los gobiernos progresistas en la región, que en gran medida se debe a la falta de autocrítica de los partidos conservadores que han invertido toda su energía en horrorizarse con Chávez y casi ninguna en producir planes para sintonizar con las tribulaciones de las grandes mayorías, le ha

producido un persistente desplazamiento del poder. Uruguay es sólo el último ejemplo.

Llamativamente estas sucesivas derrotas no se han dado a consecuencia de la timidez de la crítica hacia los sectores progresistas en el poder sino todo lo contrario; nunca en la historia se produce un fuego tan intenso de la artillería comunicacional hacia la gestión de gobierno como en estos tiempos.

No puedo olvidar a un periodista que en la primera semana de Gobierno del Presidente Lugo dijo muy seriamente... “Pasó una semana y el país no cambió...”

Es evidente que los gobiernos progresistas con “esas ideas trasnochadas” de privilegiar la promoción social y no lucirse con los datos macroeconómicos, de generar conceptos de derechos en estratos sociales donde siempre solo reinaron obligaciones, y peor aun, con una adhesión peligrosa por el manejo de la comunicación social como políticas públicas, son una amenaza para sectores que por siglos se han apoltronado en el poder.

Sin embargo, con la emergencia de una voluntad crítica ciudadana se ha establecido suficiente contrapeso electoral para que el pensamiento de las mayorías se corporice en poder.

Los sectores políticos conservadores no solo no han podido revertir este rumbo sino se han declarado en un estado de ineficiencia opositora, tanto es así que en muchas experiencias han sido medios o conglomerados de medios los que han ejercido el rol de opositores más importantes durante periodos constitucionales completos.

Ello ha obligado en un momento crucial para la construcción de un núcleo conceptual de los medios públicos en América Latina a una situación que este humilde servidor se plantea como un destino inexorable . Esto es, al defender las conquistas y los propios procesos de democratización de la comunicación, pasa a

polarizar como un actor más en la controversia con los influyentes medios y corporaciones privadas del continente.

También es bueno no caer en el mismo error que se critica, o sea, la falta de autocrítica, para percibir que algunos gobiernos no han comprendido que tienen todo el derecho del mundo a contar con sus medios propios, medios de gobierno, para ejercer una defensa directa, puntual, episódica, y agendística, sin desgastar el delicado estatus, incumbencia y propósito de los medios públicos.

Por que, al margen del rol que han cumplido hasta aquí, parados en la legitimidad de las aspiraciones populares, en rigor los medios públicos no se deben a las últimas mayorías que ganaron las elecciones sino en puridad a toda la comunidad nacional, sin exclusiones. Y hete aquí una buena noticia, la gran fortaleza que nadie puede arrebatarse a los medios públicos es su gigantesco potencial para la pluralidad.

Por ello sería muy importante, que el siguiente paso en este tiempo que se vive en América Latina, fuera el que los gobiernos presten suficiente atención a la construcción de identidades específicas en el diseño de los sistemas de comunicación estatal, distinguiendo a los medios estatales, gubernamentales y públicos en sus respectivos roles.

Es evidente que poner en disputa a los medios públicos con la guerra informativa sesgada que pueda existir, deviene de la buena intención de compensar fuerzas y ofrecer “la otra campana” a la ciudadanía.

Pero también es importante reflexionar no solo desde una lógica “respondedora” sino desde la nunca bien ponderada estrategia de la pro-acción. Esto supone reflexionar cada vez con mayor fuerza sobre las teorías de reemplazar la trinchera de las consignas por el desafiante mundo de la producción de sentidos.

Quiero poner aquí dos ejemplos pequeños, muy pequeños, pero que me parecen importantes porque ilustran cómo una buena sintonía con la producción de sentidos vale mas que mil respuestas.

En el año 2011, por primera vez en la historia, el estado paraguayo se dispone a financiar la construcción de radios comunitarias para pueblos indígenas.

Para el efecto, una mañana nos vamos hasta una comunidad indígena, en el chaco Paraguayo, sitio donde se emplazaría la primera radio.

Tras una interesante reunión, donde repasamos los objetivos, uno de los cuales era claramente promover la integración cultural e identitaria de la comunidad, y repasamos también los compromisos y contrapartidas; esto es, nosotros como SICOM pondríamos el equipamiento, la instalación y la capacitación y la comunidad pondría la caseta para el transmisión y una pequeña sala para locutores y radiooperadores.

Ya la tenemos, respondió de inmediato el Cacique. ¿Quieren verla? Nos preguntó y, claro que sí, respondimos.

Caminamos por la aldea, llegamos a la mitad, y seguimos caminando por el caserío hasta que éste se acabó.

Empecé a inquietarme porque imaginaba que el proyecto de la comunidad era poner la radio, por ejemplo, en la escuela o en el salón de ceremonias, algún sitio céntrico.

Pero cuando seguimos caminando, advertí que el sitio ya estaba absolutamente determinado y a medio construir. ¿y donde se encontraba? Exactamente frente a la cancha de futbol de la comunidad.

Cuando le pregunté al cacique por qué en ese lugar, su respuesta fue clara y contundente, por dos motivos, primero porque si había una actividad que

integraba a la comunidad, a grandes y pequeños, mujeres y hombres, ERA EL FUTBOL y en segundo lugar porque pensaban que –después de años de escuchar nombres ajenos en las transmisiones de futbol de Asunción y el mundo entero– era un gigantesco gesto de autoestima que se escuche los sábados y domingos la transmisión con el nombre de los muchachos de la comunidad que se dedicaban a patear el balón.

SENTIDOS. Eso es sentido. Eso es lo que escapa siempre de los laboratorios y gabinetes.

Y el otro ejemplo tiene que ver con un tema mucho mas céntrico y puntual. Cuando empezábamos con el CANAL PUBLICO, se planteaba el cómo producir una respuesta al arrollador consumismo de los medios, sin caer en la obviedad, en el lugar común y por sobre todo generando una relación directa con sectores que normalmente estaban desplazados de la atención de los medios, más que como espectadores.

Y resulta que por esos tiempos – año 2011 – había una enorme inyección financiera para programas de cocina en la televisión privada. Algo sucedió pero todo el mundo se metía a hacer programas de cocina, uno más glamoroso que otro.

Entonces la televisión pública diseñó una propuesta interesante bajo la denominación de TEMBIU RAPE (EL CAMINO DE LA COMIDA en Guaraní). Se trataba de un equipo de televisión comandando por una conductora guaraní-parlante, que empezó a recorrer familias campesinas muy humildes y a recoger de cada una de ellas una experiencia de cocina de platos caseros, con hortalizas y productos recogidos de su propia chacra.

Al tiempo de ser muy útil por la pedagogía sobre nutrición que anexaba, permitía ver la realidad de pobreza en el campo y al mismo tiempo era una fenomenal respuesta con fina ironía a los modelos de televisión cocinera dominantes.

VOLVIENDO A ESE FUTURO QUE NOS PARECE IMPOSTERGABLE, diríamos que articulando acciones jurídicas y reaseguros institucionales para colocar a los medios públicos en su sitio autónomo, lograríamos un viejo sueño: definirlos como piezas claves en los procesos de incorporación de la comunicación como políticas públicas. Y cerrando, de una vez por todas aquella vieja concepción de la comunicación como una tarea de plomería informativa.

El catedrático argentino Guillermo Mastrini sabe expresarlo exactamente y dice: “En Latinoamérica a diferencia de la mayor parte del resto del mundo, los medios de comunicación y en particular los servicios de comunicación audiovisual no aparecen, ni conceptual ni prácticamente, involucrados al derecho ciudadano de contar con medios públicos que representen al conjunto de la sociedad.”

Esta ausencia de un adecuado dibujo conceptual no se debe en general a otra cuestión que el propio desconocimiento histórico de este rol y por sobre todo este derecho, como lo explica Mastrini.

Sin embargo el rumbo de este debate conceptual se verá siempre opuesto por el temor a lo desconocido que mueve a muchos que antes que informarse sobre el rol de los medios públicos los condenan.

Es importante, aquí, debatir sobre realidades que normalmente no permean los claustros académicos y que nuestros ciudadanos deben conocer. Becerra y Mastrini recogen datos sobre la concentración de medios en América Latina sobre un estudio del año 2009, y determinan que sobre una máxima concentración equivalente al valor 01 (significa que un solo grupo controla todo el mercado), se tiene que los cuatro grandes grupos que manejan el mercado en la región alcanzan un índice de 0,82.

También es frecuente que se debata con aparente seriedad incluso en nuestros países sobre la pertinencia de los medios públicos. Es mas, en algunos países se

cuestiona su propia existencia y se mira a los medios públicos como una especie de ocurrencia exótica. Pero el dato científico publicado por Hallin y Mancini sostiene un dato espectacular: “América ha sido la única región del mundo donde la radiodifusión se ha desarrollado como un proyecto esencialmente comercial”. En Europa y Canadá, por citar dos regiones –no precisamente marginales- el servicio público audiovisual fue el dominante en materia de presencia por años.

Cito este dato porque debo expresar con algo de vergüenza ajena que en el Paraguay, han cancelado el proyecto de televisión pública y la han devuelto a la televisión nacional de los 70 con contenidos que fotocopian con muy poca suerte a la televisión comercial. El plan es tan inteligente que se pretende competir con la televisión comercial con las armas de la televisión comercial. Es genial porque las posibilidades son bastante parecidas a las que tendría el equipo de Pigmeos de Tanzania frente a la selección de estrellas de la NBA.

El argumento más debatido en el entorno de sus diseñadores, para suplantar por eso a la TV Pública, es que la Televisión pública era un concepto de origen izquierdista.

Obviamente se referirán –supongo– a la stalinista BBC de Londres.

Existe, por otra parte, un creciente debate académico sobre la materia lo cual representa una línea de base importante en términos del marco teórico para avanzar.

Vale ser muy autocríticos para asumir que mucho trecho se ha perdido por causa de ese pensar la comunicación solo como una herramienta, como un instrumento, como un medio y no como una política es un problema que suele afectar a funcionarios estatales de todas las denominaciones políticas.

En nuestros gobiernos este concepto reduccionista causa estragos.

Unos creen que la comunicación debe ser un señor que pregunta qué actividades tendrá hoy el Ministro y a partir de saberlo se juega la vida tratando que eso se publique en el diario de mañana. Siendo su relación vital EL medio de comunicación.

Otros creen que la comunicación debe llegar ululante para sacar las castañas y a su vez apagar el fuego cada vez que una crisis se instala en los gabinetes. Su relación vital es con la autoridad.

Creemos que todavía falta un camino importante, aunque vale mencionar que se lo está transitando, para entender que la comunicación no es una oficina de prensa sino un complejo mundo de producción de sentidos. Un complejo mundo de producción de sentidos cuya relación vital es con el ciudadano.

Por lo tanto, con humildad y el respeto que se merece este auditorio y esta instancia, es posible que este tiempo tan cargado de esperanzas para América Latina, fuera también un tiempo de mayor debate político sobre las oportunidades que ofrece la comunicación como argamasa que mezcla la cal, la arena y el agua del buen vivir y no solo como la bocina que le cuenta sus noticias.

Por otra parte, los estados tienen el inmenso desafío de explorar nuevas maneras de aprovechamiento de estas redes para evitar ser una simple imitación de tendencias instaladas, de gestos unidireccionales y simples resortes de visibilidad. Debe haber mucho más que hacer en ese mundo que sencillamente anunciar que se inicia el noticiero de las 20 para los medios públicos.

Quiero a continuación hacer una breve referencia a un plan de integración de medios públicos en América Latina, tema que fue debatido hace pocos años en reuniones especializadas de este organismo, UNASUR.

En el 2012 poco antes del juicio político al Presidente Fernando Lugo, nuestra secretaría de comunicación del Paraguay presentó ante UNASUR el proyecto de Interconexión de medios públicos de América Latina.

En principio la reacción en UNASUR fue la misma que todos los gobiernos prodigan a la comunicación en cualquier lugar de América Latina. El destino de reducir la comunicación a información sobre la agenda institucional.

Finalmente se instaló el debate en un área que trataba la construcción de un anillo de fibra óptica para el continente. Y para que la comunicación no quede una vez mas atrapada entre cables y antenas parabólicas, explicando que lo que buscábamos era el desarrollo de un proceso de intercambio simbólico y cultural, se había planteado trasladar el plan a la comisión de educación.

Dicho esto, me gustaría refrescar la propuesta planteada en el año 2012 ante UNASUR por parte de la Secretaría de Información y Comunicación para el desarrollo de Paraguay, por considerar importante que una mano con visión política y de políticas de comunicación, desempolva esta idea, porque puede que sea importante para los tiempos que corren y los que aun faltan por correr.

La apropiación de los pueblos sobre los procesos de integración, son la base para su consolidación y fortalecimiento. Desde esta perspectiva, la incidencia social que se puede lograr con una Estrategia de Comunicación desde los medios públicos tiene un potencial inconmensurable.

Esta iniciativa, que evidentemente coincide con una etapa de dialogo y reflexión sobre el rol de los medios públicos en el continente, planteaba en lo operativo:

- 1.- Interconexión tecnológica de los medios públicos y de las Radios Publicas de los 12 países miembros de la UNASUR, como Centros de Producción de noticias, programas y reportajes sobre el quehacer de la UNASUR;

2.- Instalar equipos de recepción de señal en aquellas zonas de América del Sur (haciendo priorizaciones) en donde los estados o medios de comunicación apenas tiene presencia.

3.- Generación de una programación temática de interés transversal

Se enunciaba como objetivo general de la propuesta:

Fortalecer la integración del sur del continente a través de la dotación a los medios públicos, en especial las radios públicas de UNASUR en una primera etapa, de una plataforma tecnológica que les permita un trabajo en interconexión para compartir audios, videos y datos de manera interactiva.

Acciones:

Para lograr lo propuesto era necesario llevar a cabo las siguientes acciones:

- a) Levantar una línea base de las capacidades y necesidades tecnológicas de los medios y las Radios Públicas de los países miembros de la UNASUR;
- c) Levantar un mapa de prioridad zonal para ubicar puntos de recepción en zonas con poca presencia estatal y sin señal de radio;
- d) Compra e instalación de los equipos requeridos en las Radios Públicas y las zonas identificadas como prioritarias para la incidencia social de la UNASUR;
- e) Proceso de creación de la producción y programación de las Radios Públicas en el marco de la UNASUR;
- f) Capacitación a las Radios Públicas sobre: Trabajo en Red, Producción y Programación en Red, Comunicación y Buen Vivir, etc.

Entre los Resultados esperados de este itinerario se mencionaba estos logros propuestos:

- a) Una red de interconexión entre las Radios Públicas de los países miembros de la UNASUR;
- b) Producción y programación de un espacio entre las Radios Públicas con temas de prioridad en la agenda de UNASUR;
- c) Capacidades tecnológicas instaladas para el intercambio en tiempo real de audios y datos entre las Radios Públicas a través de una conexión horizontal que no requiere de un centro de enlace;
- e) Crear grupos o subgrupos de trabajo de los Ministerios y/o Secretarías de Comunicación para proyectar este objetivo.

Naturalmente este es un camino que no se puede –al mejor estilo latinoamericano- construir sobre un cimiento de caminos ya hechos, sino en la inteligencia de aprovecharlos, honrarlos, cuidarlos, generando en base a ellos atajos oportunos y avances menos azarosos.

Hablamos aquí, por ejemplo, de los estupendos avances que en materia de integración vienen haciendo redes de la sociedad civil establecidas hace décadas, algunas de ellas emblemáticas como las de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) o los emprendimientos de AMARC por citar solo dos de los enfocados a la radiofonía de las tantas existentes.

Lo importante es avanzar. Ya no tantas reflexiones sobre reflexiones. Somos un continente hiperdiagnosticado. El otro día un amigo oenegeista me decía, es la tercera vez en dos años que diagnosticamos el estado de la comunicación agrícola en Paraguay. Cuando le pregunté hacia donde apuntaban me dijo, por ahora a diagnosticar porque es lo que nos financian nuestros patrocinantes.

.

Hagamos realidad ese viejo clamor de este genial humorista y filósofo circense argentino Carlitos Balá cuando dice que “el movimiento se demuestra andando”.

Pero la apuesta debe ser aun mayor. No solo apostar a nuestra afinidad con la comunicación comunitaria sino a la posibilidad de establecernos desde un piso de confianza tal que nuestra comunicación dialogue también, como insumo, como debate y como propuesta confiable en el mundo de la comunicación privada.

Siempre recordamos a Europa, salvando las críticas que podemos tener, como referencia de procesos de comunicación pública que llegaron a avanzar hasta el punto de constituirse en vigilancia ciudadana de la democracia. Podemos hacerlo.

Necesitamos confianza, autonomía y mucho, mucho ojo avizor, muchas ganas de creer que la comunicación no es una antena parabólica sino un consenso social, que ya no será la voz de los que no tienen voz, porque los que no tenían voz – afortunadamente- ya la van teniendo, sino serán mas que nada una capacidad de albergar lo que César Isella y Tejada Gómez nos querían decir cuando nos decían “todas las voces, todas”.

*Augusto Dos Santos, ex Secretario de Comunicación de Paraguay. Conferencia dictada en el seminario internacional “Integración y Convergencia en América del Sur”, Guayaquil, 3-4 de diciembre (evento organizado por la cancillería ecuatoriana, UNASUR y el Instituto Lula)

via **ALBA**

Fuente: [El Ciudadano](#)