

“CÓMO PONER EN MARCHA UNA TELEVISORA ALTERNATIVA Y POPULAR”

TALLER LO ÚNICO QUE
SE CONSTRUYE DESDE
ARRIBA, ES UN POZO.
Aram Aharonian

Auspician:

Secretaría de Extensión de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la U.N.C.
Escuela de Ciencias de la Información U.N.C.



Seminario Iberoamericano
de Estudios Socioeconómicos

comunicar
ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA
PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL

LO ÚNICO QUE
SE CONSTRUYE DESDE
ARRIBA, ES UN POZO.

Aram Aharonian

En América latina, en el período de implantación del modelo neoliberal con la consiguiente aplicación de sus “planes estructurales de ajuste”, se han desatado importantes jornadas de resistencia a tales políticas, protagonizadas en lo fundamental, por actores sociales que confluyeron en la formación de novedosos, numerosos y diversos movimientos sociales.

Entre ellos: Los sin tierra de Brasil, los indígenas de Chiapas, de Ecuador, de Bolivia; las asambleas barriales de Buenos Aires, los desocupados y jubilados de Argentina, los coccaleros del Chapare, los movimientos barriales de República Dominicana, Colombia, Brasil y México. A la cabeza de las resistencias y las luchas, ellos espejan en sus actos la realidad en la que los ha situado el sistema. En todos ellos las mujeres resultan protagonistas fundamentales.

Nuevos actores y actoras sociales, junto a los tradicionales, han participado de un modo u otro en revueltas populares, ocurridas espontáneamente (acumulación social mediante) o impulsadas por movimientos sociales que lograron articularse entre sí. Las experiencias de los últimos 15 años resultan particularmente elocuentes al respecto: Chiapas, Brasil, Ecuador, Argentina, Bolivia...

Estos procesos estimularon el debate entre los actores sociales

(nuevos y viejos) acerca de la posibilidad de cambiar la realidad en que viven, acerca del sentido y el alcance de tales cambios (proyecto alternativo), y acerca de quiénes serían los sujetos que lo llevarían adelante.

Simultáneamente se replantearon reflexiones acerca de la problemática del poder, cómo se constituye, cuáles son los mecanismos de su producción y reproducción, cómo se transforma y por qué medios. A tono con ello, la búsqueda de respuestas a una interrogante subordinada: ¿el poder se toma o se construye? Nadie regala espacios y, como decía al principio, lo único que se construye desde arriba es un pozo.

Una advertencia general

Cada guerra está precedida y “justificada” por una mentira Estados Unidos amenaza a Cuba. Hoy en día amenaza a Bolivia, Venezuela y Ecuador, y vaya a saber uno a quién le tocará el turno después... quizá a Irán.

Diarios supuestamente imparciales como el francés Le Monde se hacen eco de estas campañas de propaganda para la quizá próxima

guerra de Estados Unidos, ahora con tropas propias y mercenarias. Recordemos cuántas veces Estados Unidos y los mismos medios nos han manipulado. Cada guerra se “justifica” por lo que más tarde, demasiado tarde, aparecerá como una simple desinformación.

Impedir las guerras, apostar por la paz, requiere en primer término desestructurar los mensajes, desenmascarar estas mentiras mediáticas lo antes y lo más ampliamente posible. En cada guerra, la primera víctima es la verdad. Desde hace casi cinco décadas, al menos.

Doce provocaciones básicas

Hay varios temas a tener en cuenta:

Primero, que el principal problema que tenemos los latinoamericanos es que hemos estado ciegos de nosotros mismos: siempre nos hemos visto con ojos extranjeros. Y lo seguimos haciendo: copiando formas y contenidos. Recitamos integración, pero la realidad es que no nos conocemos siquiera.

Segundo, que el tema de los medios de comunicación social tiene relación directa con el futuro de nuestras democracias, porque la dictadura mediática pretende suplantar a las

dictaduras militares de tres décadas atrás. Son los grandes grupos económicos, que usan a los medios y deciden quién tiene o no la palabra, quien es el protagonista y quién el antagonista. Y plantean una realidad virtual, invisibilizando la realidad adversa a sus intereses. La democracia sigue instalada como sistema formal, sin apropiación ciudadana, razón por la cual su institucionalidad es precaria. Construir democracia es construir ciudadanía, empoderar a los pobres.

El tercero, es el necesario cambio de paradigmas. Hemos sido entrenados para pensar que prensa alternativa significa comunicación marginal. Hoy sabemos que la única forma de platearse la batalla de las ideas es con una estrategia comunicacional masiva, que sea realmente alternativa al bombardeo constante, hegemónico, que nos llega desde el Norte. Los medios comunitarios son un paso en el camino a la democratización, pero por sí mismo no son suficientes. Podemos tener centenares de medios comunitarios, pero si el 93% de la audiencia está controlada por una estructura monopólica de los medios corporativos comerciales, poco será lo que habremos avanzado en la dirección de la democratización.

problema de la pluralidad, una vez definidos los márgenes editoriales, políticos, ideológicos. El problema no es estar de acuerdo con lo que dice el contenido sino en estar de acuerdo en publicar el contenido por su calidad.

Todavía en muchos países de nuestra América se criminaliza a la

llamada prensa alternativa y sobre todo a las radios y televisoras comunitarias, independientes, campesinas, indígenas. Por eso, la construcción de una comunicación contrahegemónica es tarea de todos, personas y organizaciones sociales, desde abajo. Porque desde arriba, lo único que se puede construir ... es un pozo.

comunicación marginal. Pero hoy debemos cambiar estos paradigmas y asumir que la única forma de plantearse la batalla de las ideas, es con una estrategia comunicacional masiva, que sea realmente alternativa al bombardeo constante, hegemónico, que nos llega desde el Norte.

Los medios comunitarios son un paso en la dirección de la democratización, pero por sí mismos no son suficientes. Podemos tener centenares de medios comunitarios, pero si 93 por ciento de la audiencia está controlada por una estructura monopólica de los medios corporativos, comerciales, será poco lo que habremos avanzado en la dirección de la democratización.

Más allá del soporte utilizado, los llamados medios alternativos se mueven en una franja de modalidades según contemplen mayor o menor participación de los ciudadanos, mayor o menor democracia en su funcionamiento y tipo de relación con elementos potencialmente distorsionadores, como la publicidad y las administraciones.

Muy participativos pueden ser una radio que dé paso con mucha frecuencia a la audiencia o, en Internet, un sistema para que los lectores puedan sumar sus artículos o informaciones. Suena bonito esa participación pero tiene

sus inconvenientes: ausencia de control sobre la calidad y autenticidad de los contenidos, y debilidad democrática en la medida en que un grupo organizado puede tomar el control de la colocación de noticias o de los comentarios. No obstante, es una forma muy valiosa de permitir la expresión de la ciudadanía. Los medios que no se sirven de Internet tienen el problema histórico de cómo afrontar los gastos de puesta en marcha y funcionamiento, lo que significa definir asimismo la relación con el dinero.

Pero ese no es el único problema, porque para sobrevivir un medio alternativo debe dotarse de un modelo organizativo firme y serio. Asimismo, deberá decidir cuál será la forma de selección de noticias, qué relación tendrá con los movimientos o grupos sociales, la calidad de sus contenidos, la línea editorial o ideológica, el ámbito informativo: si quiere dirigirse a los convencidos, al ciudadano medio, a la gente de la comunidad, o al mundo entero.

Los analistas sostienen que estos medios alternativos se caracterizan por estar repletos de panfletos y exabruptos, desahogos y frustraciones. Por eso insisto en la necesidad de ser muy exigentes con los contenidos, con argumentos, investigación, datos, interpretación, análisis, debate. Surge entonces el

Cuarto, tener conciencia de que la batalla contra el terrorismo mediático es parte de la guerra cultural, de la batalla de las ideas. Es una guerra que no se agota en consignas, sino para la cual hay que prepararse adecuadamente. Para ello debemos adueñarnos de la tecnología, aprender a usarla mejor –o tan bien como el enemigo y, sobre todo, tener en claro para qué queremos esas armas, para que, en definitiva, no se sumen al arsenal hegemónico en contra de nuestros propios pueblos.

De nada sirve tener medios nuevos, televisoras nuevas, si no tenemos nuevos contenidos, si seguimos copiando las formas hegemónicas. De nada sirven si no creemos en la necesidad de vernos con nuestros propios ojos. Porque lanzar medios nuevos para repetir el mensaje del enemigo, es ser cómplice del enemigo.

Cinco, ya hace más de cinco lustros el informe Mc Bride de la UNESCO señalaba la necesidad de tomar medidas jurídicas eficaces para: a) limitar la concentración y la monopolización; b) conseguir que las empresas transnacionales acaten los criterios y las condiciones específicas definidos en la legislación y en la política de desarrollo nacionales; c) invertir la tendencia a la reducción del número de responsables cuando esta

aumentando la eficacia de la comunicación y la dimensión del público; d) reducir la influencia de la publicidad sobre la redacción y los programas de radiodifusión; y e) perfeccionar los modelos que permiten fortalecer la independencia y la autonomía de los órganos de información en materia de gestión y de política de redacción, independientemente que sean privados o públicos. Ese diagnóstico, lamentablemente, se mantiene 26 años después.

Seis, los derechos humanos no pueden existir sin la libertad de palabra, de prensa, de información, de expresión. La transformación de esas libertades en un derecho individual o colectivo más amplio a comunicar es un principio evolutivo en el proceso de democratización.

Siete, es fundamental la protección y fomento de la diversidad cultural y lingüística, la democratización de los medios de comunicación, y la defensa y divulgación de los bienes comunes del conocimiento mundial, como parte del dominio público. La variedad de culturas e idiomas que se conservan o transmiten a través de la tradición oral o de diversos medios de expresión, nutren las sociedades de la información y la comunicación y contribuyen al acervo del conocimiento humano, que es

la herencia del ser humano y el origen de la creación de todo conocimiento nuevo.

Ocho, la digitalización por sí misma no significa la democratización del espectro televisivo o radioeléctrico, si no se cambia el sistema de concesiones de frecuencias. La implementación de estos cambios no depende solo de reconversiones tecnológicas, sino principalmente de decisiones políticas. Por ello instamos a los gobiernos de nuestra América a buscar una norma única para emprender un camino común en la etapa digital.

Nueve, el espectro radioeléctrico es un patrimonio de la humanidad y los Estados son soberanos en su administración, en función del interés nacional y general. Es falaz la idea de que son propietarios del espacio radioeléctrico las empresas, nacionales y/o trasnacionales, que tienen la concesión de una frecuencia. Por ende, es menester luchar para que el espacio radioeléctrico se divida en tres partes: una para el estado, otra para los medios comerciales y una para los movimientos sociales, las universidades, los sindicatos, para eso que llamamos el espacio público.

Diez, la lucha por la democratización pasa por la reconstrucción del espacio público, que

fuera privatizado y vaciado durante décadas en la ofensiva neoliberal. Este debe ser una invitación a la integración y no un palco para la competencia comercial o política entre países o grupos de países y grandes empresas. El espacio público es aquel que reúne a los medios estatales, regionales, educativos, universitarios, legislativos y comunitarios, y que apuesta no a la formación de consumidores o borregos políticos o religiosos, sino que contribuye a la formación de una ciudadanía y una identidad común latinoamericana.

Once, la comunicación es factor articulador clave para el reencuentro y la solidaridad de nuestras nacionalidades, que implica el reconocimiento de un destino común por encima de rivalidades reales o forjadas. Por ello se torna indispensable formular una estrategia de cooperación específica entre los pueblos de nuestra América para los ámbitos de la información, comunicación, cultura y conocimiento, contemplando acuerdos para potenciar las redes regionales de información y comunicación pública y ciudadanas, con un sentido de equidad respecto a los medios de comunicación.

Doce, es cada vez más necesaria la auditoría social de los medios comerciales (y quizá también a los estatales) de comunicación social, que se

han convertido en el principal poder, por encima de los otros tres clásicos –ejecutivo, judicial y legislativo-. Es necesaria la creación del quinto poder, el del ciudadano, para fiscalizar los cuatro anteriores.

Y vamos a lo nuestro

La comunicación se ha erigido en elemento fundamental de la estructura social actual, donde desde hace décadas se viene desarrollado el concepto teórico de sociedad de la información, casi prospectivo a una realidad palpable en la economía, la educación o las relaciones sociales. Es un espacio en transformación que implica, obviamente, cambios en la construcción del imaginario colectivo.

Pese a los nuevos aportes de las experiencias desde dentro de los medios comerciales con nuevas disciplinas (periodismo social, preventivo, ambiental) o desde su contorno ciudadano con el periodismo cívico, los observatorios y las veedurías de medios, existen fuertes resistencias, especialmente en los países desarrollados para enfocar el tema en su verdadera dimensión, porque no interesa repensar los medios en la sociedad mediática, ya que ello exige reflexionar sobre la democratización de la comunicación y la democracia misma.

El establecimiento reacciona corporativamente para evitar un debate público sobre el papel de los medios en el ejercicio de la ciudadanía y prefiere sustituirlo por el sucedáneo de una discusión privada en el ámbito profesional y/o académico, a espaldas de la ciudadanía, en busca de soluciones técnicas cosméticas.

Es fácil caer presa del optimismo ingenuo. Por eso es necesario reconocer la tarea pendiente de superar la dispersión, para que ese conjunto de esfuerzos adquiera un peso específico al compás del movimiento contrahegemónico que se proyecta por ese otro mundo posible (y también imprescindible).

Aquellos que durante años hemos militado en la concepción de la comunicación alternativa no hemos sabido hacer bien nuestras tareas. Vamos perdiendo –por goleada– la batalla de las ideas, conceptualmente y en el campo de batalla. Pero ya es hora de pensar en grande, de construir medios de comunicación audiovisual hemisféricos que difundan una visión real de nuestra diversidad social y cultural.

Debemos tener en claro que hemos sido entrenados para pensar que comunicación alternativa significa