

Publicación internacional
de la Agencia Latinoamericana
de Información

ISSN No. 1390-1230

Director: Osvaldo León

ALAI: Dirección postal
Casilla 17-12-877, Quito, Ecuador

Sede en Ecuador

Av. 12 de Octubre N18-24 y Patria,
Of. 503, Quito-Ecuador
Telf: (593-2) 2528716 - 2505074
Fax: (593-2) 2505073

URL: <http://alainet.org>

Redacción:
info@alainet.org

Suscripciones y publicidad:
alaiadmin@alainet.org

ALAI es una agencia informativa, sin
fines de lucro, constituida en 1976
en la Provincia de Quebec, Canadá.

Las informaciones contenidas en esta
publicación pueden ser reproducidas
a condición de que se mencione
debidamente la fuente y se haga
llegar una copia a la Redacción.

Las opiniones vertidas en los artícu-
los firmados son de estricta respon-
sabilidad de sus autores y no reflejan
necesariamente el pensamiento de
ALAI.

Suscripción (10 números anuales)

	Individual	Institucional
Ecuador*	US\$ 28	US\$ 33
A. Latina	US\$ 60	US\$ 80
Otros países	US\$ 75	US\$ 140

* incluye IVA

Cómo suscribirse:

www.alainet.org/revista.phtml
se aceptan pagos por Internet

Artes Gráficas SILVA, Quito, 2551-236

- 1 Foro de Comunicación para la Integración,
en proceso
Osvaldo León
- 3 La reinención de América Latina
Luis Hernández Navarro
- 7 Momento actual y perspectivas:
Integración y desafíos de la democratización
de la comunicación
Adalid Contreras Baspineiro
- 13 UNASUR y la participación ciudadana
Alfredo Rada
- 15 TeleSUR: integración desde la comunicación
Abraham Istillarte
- 17 Nuevas formas de comunicación en América
Latina y el Caribe
Pedro Brieger
- 20 Observatorios, auditoría social de los medios
Aram Aharonian
- 23 Superar la dinámica del periodismo tradicional
Orlando Pérez
- 27 ALBA Movimientos: comunicar para tejer
la integración
Tamara Roselló
- 30 Avances y desafíos desde la revolución
democrática y cultural en Bolivia:
Comunicación y plurinacionalidad
Dolores Arce
- 33 Argentina: Una nueva ley, nuevos desafíos
Mariela Pugliese Lacorte
- 37 Entrevista a Hernán Reyes, miembro del
CORDICOM de Ecuador:
Cambios estructurales en el campo de la
comunicación
ALAI
- 41 Un reto para la democracia:
Medios y sostenibilidad
Sally Burch
- 44 Declaración: Una comunicación
democratizada para la Integración

Foro de Comunicación para la Integración, en proceso

Oswaldo León

Si partimos del presupuesto que la calidad de una sociedad se dimensiona por los temas de su agenda pública y cómo los procesa, resulta fácil constatar que en la región se registran cambios de importancia en el curso de los últimos años. Entre otros, dos temas que han irrumpido en las agendas de los diversos países, con diversos grados de intensidad, son la integración y la democratización de la comunicación.

En efecto, el Continente vive el resurgir de la alternativa histórica de la integración regional que se expresa en la conformación del Alba (Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América), Unasur (Unión de Naciones Suramericanas) y Celac (Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños); proyectos que marcan un inédito momento histórico ante la tradicional subordinación de los gobiernos respecto a EE.UU.

Sin embargo, estos procesos hoy se enfrentan a la complejidad de aunar posiciones ante la diversidad de enfoques en cuanto al camino a seguir, más aún cuando la potencia del Norte, ocho años después de la derrota del ALCA, pugna por un nuevo realineamiento en la región vía la Alianza del Pacífico, que se sustenta en el paradigma del libre comercio.

Asumiendo que se trata de “procesos no consolidados”, el expresidente brasileño Inacio Lula da Silva ha tomado la batuta para convocar a la elaboración de un pensamiento estratégico de la integración que permita consolidar lo alcanzado y trazar pistas para superarlo, subrayando que las propias ideas de integración están en disputa.

En los actuales momentos, destaca que, entre otros nudos a desatar, los procesos de integración precisan lograr relaciones más igualitarias y solidarias, superar la persistencia de tensiones y prejuicios entre países, encarar las limitaciones existentes en el funcionamiento institucional y contrarrestar el impacto causado por el neoliberalismo en el terreno de la cultura, la educación y la comunicación social. Pero sobre todo, hacer efectiva la participación de la sociedad y sus expresiones organizadas en los procesos integracionistas, como condición ineludible para el reimpulso de éstos.

En el campo de los movimientos sociales prevalece la apuesta por una integración contrahegemónica basada en la soberanía popular para enfrentar los proyectos del capital global. A esta proposición se suma el criterio de que es fundamental una participación autónoma en la elaboración colectiva de las definiciones estratégicas y políticas. En tal sentido, se aboga por la convergencia y articulación para construir acciones en común y un espacio permanente de diálogo para elaborar propuestas encaminadas a la elaboración de acuerdos con los gobiernos.

La premisa de que es la construcción de una voluntad popular de integración la que permitirá superar las limitaciones de las iniciativas circunscritas a los gobiernos, remite a encarar, entre otros, el desafío de la democratización de la cultura, la educación, la información y la comunicación social como requisito imprescindible para la construcción de democracias participativas y para la afirmación de la cohesión e identidades sociales. Y este es un ámbito que registra aperturas y avances en varios países de la región.

En este contexto, la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica - ALER convocaron al **Encuentro Latinoamericano: Democratizar la palabra en la integración de los pueblos**, que tuvo lugar en Quito, del 4 al 6 de noviembre de 2013, con el propósito de establecer puntos de coincidencia para un accionar común (Ver Declaración Final en la p. 44). A la cita acudieron redes y medios de comunicación alternativos, comunitarios, populares, así como organizaciones y movimientos sociales.

Una agenda común

Con el compromiso de “priorizar en nuestras agendas de trabajo el apoyo, el fomento y la difusión de los procesos de integración de la región latinoamericana, en el camino de la unidad de nuestros pueblos”, las y los participantes del Encuentro resolvieron constituir el *Foro de Comunicación para la Integración de Nuestra América* como espacio de confluencia en construcción, abierto a otros actores que comparten los mismos principios y objetivos.

En este sentido, acordaron desplegar iniciativas para fortalecer la integración de las organizaciones populares, pueblos originarios, medios alternativos y los sectores académicos para poder incidir en las políticas de integración regional. Cabe señalar que el desgarramiento del tejido social y la lógica del sálvese quien pueda que establecieron las políticas neoliberales han dejado huellas profundas que afectan las dinámicas organizativas y la posibilidad de intervención y de participación política de las organizaciones sociales en las instancias decisorias.

2

En América Latina, se remarcó, estamos pasando de más de 500 años de resistencia a una etapa de construcción, donde se deben dar pasos en la práctica y, a la vez, ir construyendo -junto a la academia- nuevas teorías que tengan que ver con nuestras realidades, nuestras idiosincrasias, nuestro futuro. Por lo mismo, la comunicación y la información

constituyen ejes estratégicos para los procesos de integración regional y para las disputas políticas, culturales e ideológicas que gravitan en su curso.

En los tres días de intercambio, debates y propuestas, se elaboró una agenda de trabajo común que apunta a romper el aislamiento y la dispersión. Ella contempla la creación de una plataforma en donde confluyan los contenidos de los diversos medios alternativos, populares y públicos, y un banco de contenidos, para distribuir información y contenidos, de libre acceso, gratuito, en lenguajes comunes, y con propuestas alternativas al mensaje hegemónico y temáticas referentes a la memoria y al pensamiento crítico latinoamericano.

Además establece fomentar la organización de factorías de contenidos, consciente de que de nada sirve tener nuevos medios sin formatos, contenidos, construcción de narrativas y formas de comunicar nuevos, de manera que los medios de comunicación sean efectivamente una vía para empoderar a las comunidades, para lo que se requiere un trabajo formativo y comunicativo desde abajo. Y en esta línea también respalda el establecimiento de sistemas de medios públicos que garanticen una sociedad plural y diversa.

Los participantes acordaron, igualmente, incentivar la creación de observatorios de medios, fomentar la libre reproducción de los contenidos e impulsar la soberanía tecnológica, además de posicionar el tema de la comunicación en todas las instancias de integración. Y al propiciar la reflexión conjunta sobre nuevos modelos de la sostenibilidad del trabajo comunicativo, se decidió impulsar una economía popular y solidaria de la comunicación; lo que supone desarrollar pensamiento, mecanismos y cultura en este sentido.

En esta entrega de *América Latina en Movimiento*, participantes en el **Encuentro Democratizar la palabra en la integración de los pueblos** aportan sus reflexiones sobre los temas debatidos. <<

La reinvencción de Latinoamérica

Luis Hernández Navarro

Hace 75 años, en 1958, el historiador mexicano Edmundo O’Gorman publicó un libro titulado *La invención de América*, con el que sacudió la historiografía dedicada a documentar y explicar el descubrimiento y la conquista americana. Inventar, significa, de acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua, hallar o descubrir algo nuevo o no conocido. En su texto, O’Gorman explica, de manera novedosa para su tiempo, la forma en la que el relato sobre la historia y el devenir del “nuevo continente” fue construido.

Hoy, retomando esa imagen, podemos decir que América Latina se está reinventando. El concepto América Latina tiene tras de sí una larga historia. Muchos años antes de que O’Gorman publicara su obra, en 1857, el escritor colombiano José María Torres escribió en su poema *Las dos Américas* las claves del nuevo imaginario regional: “Mas aislados se encuentran, desunidos/Esos pueblos nacidos para aliarse:/La unión es su deber, su ley amarse:/Igual origen tienen y misión;/La raza de la América latina,/Al frente tiene la sajona raza,/Enemiga mortal que ya amenaza”. Poco antes, en 1856, el filósofo chileno Francisco Bilbao, había usado durante una conferencia, el mismo término.

La región está en un proceso de reinvencción porque su visión de sí misma, su destino como territorio y su relación con las grandes potencias, especialmente con Estados Unidos, se está transformando radicalmente. Si, hasta ahora, su inserción con el resto del mundo ha estado condicionada por la presencia de las potencias imperiales (España, Portugal, Inglaterra, Francia y Estados Unidos), con el nue-

vo siglo ha comenzado a construirse como un conglomerado de naciones con procesos de integración crecientemente soberanos.

Se trata de un proceso complejo, ambiguo, en ocasiones contradictorio, que no avanza en línea recta, en el que no todo está definido y cuyo destino final no está aún escrito. Un proceso en el que sus riquezas naturales, como la abundancia de agua dulce (alrededor de la mitad del planeta), sus reservas de petróleo y gas, sus recursos minerales y la riqueza de su biodiversidad, desempeñan un papel central.

Como señas distintivas de esta reinvencción se encuentran, entre otras, la refundación de varios Estados nacionales a partir de Asambleas Constituyentes; la ruptura con el Consenso de Washington; la recuperación de su soberanía petrolera, de sus recursos naturales y bienes estratégicos; la puesta en práctica de políticas de inclusión social, redistribución de la renta y reconocimiento de la diversidad cultural; la existencia de poderosos movimientos sociales emancipatorios, y la firma de acuerdos de integración regional guiados por la idea de la cooperación, la complementación económica y la ayuda mutua.

Esta reinvencción de América Latina implica, obligadamente, una nueva redefinición de su lugar en el orbe, en el que abandone su lugar como “patio trasero” de Estados Unidos. Un nuevo rol internacional en el que tiene como herramientas medulares, la construcción de foros y entidades regionales sin presencia de Washington -Mercosur, Unasur, Alba y Celac- y la diversificación de las relaciones económicas, comerciales y tecnológicas con naciones que, en otras zonas del planeta, hacen contrapeso geopolítico a Washington, como China, Rusia e Irán.

Luis Hernández Navarro es coordinador de Opinión y articulista de *La Jornada* de México.

El fin de la Doctrina Monroe

El pasado 18 de noviembre, en la sede de la Organización de Estados Americanos (OEA), el secretario de Estado, John Kerry, anunció el fin de la era de la Doctrina Monroe, y la decisión de Estados Unidos de compartir responsabilidades con los otros países del continente y tomar decisiones como compañeros en el marco de una relación de iguales.

Sin embargo, tan pronto como fue proclamado, ese supuesto fin del viejo enunciado colonialista redactado por John Quincy Adams y enunciado por primera vez por el presidente James Monroe -América para los americanos-, fue desmentido por el jefe de la diplomacia estadounidense. Contradiciendo sus palabras, marcó la agenda de su país para la región: promover la democracia, mejorar la educación, adoptar nuevas medidas de protección ambiental y desarrollar el mercado energético. Y, ya encarrerado, criticó a los gobiernos de Cuba y Venezuela.

El fin de la Doctrina Monroe tiene, como telón de fondo, una pérdida relativa de la influencia de Washington en la región, no como producto de una decisión de la superpotencia, sino como resultado de las luchas de los movimientos sociales y la elección de gobiernos progresistas que reivindican la recuperación de la soberanía, la ruptura con el neoliberalismo y la integración latinoamericana. Estos proyectos han modificado el esquema de relación con Estados Unidos.

Sin embargo, este cambio no ha implicado, ni mucho menos, el fin del dominio estadounidense en la región. El Imperio está muy lejos de ser un tigre de papel. A pesar de los problemas que enfrenta en todo el mundo y del surgimiento de nuevos ejes de poder, su supremacía militar, el vigor de sus empresas e inversiones, su capacidad para condicionar los flujos comerciales a su favor, la hegemonía semántica de sus industrias culturales y la fortaleza de sus agroindustrias lo convierten en la única potencia estratégica global.

Estados Unidos es el país con mayores gastos militares en el mundo. En 2011, su presupuesto para este rubro representó el 40 por ciento de los gastos totales en el planeta, seguido, muy de lejos, por China y Rusia. Es, también, el principal fabricante y exportador de armamento. Este predominio tiene tras de sí una poderosa base productiva. **Lockheed Martin**, **Boeing** y **BAE Systems** lideran la industria militar mundial. Las dos primeras son estadounidenses.

Su poderío y superioridad bélica se complementan con las 827 bases militares en el mundo, 27 de ellas en América Latina. En abril de 2008, restableció el funcionamiento de su IV Flota, responsable de las operaciones en el Caribe, América Central y América del Sur.

A pesar de sus dificultades, la economía estadounidense sigue siendo la de mayor magnitud del planeta. Su PIB nominal representa una cuarta parte del PIB nominal mundial. De las 500 empresas más grandes del mundo, 133 tienen su sede en Estados Unidos, el doble del total de cualquier otro país. Por ventas, 8 de las 10 principales compañías del orbe son estadounidenses; por valor, 9 de cada 10, por tecnologías de la información y comunicación, 3 de las 4 primeras. Ese Imperio conserva, a pesar de las relocalizaciones, un relevante y competitivo sector industrial, especializado en alta tecnología, que elabora el 20 por ciento de la producción manufacturera de la tierra. Su mercado financiero es el más grande.

Para la Casa Blanca la comunicación y las nuevas tecnologías asociadas a ellas, han sido, desde la década de los 50 del siglo XX, asunto de Estado. Sabe que quien conduzca la revolución informática será quien dispondrá del poder en el futuro. Los artículos culturales y de entretenimiento son una de sus principales generadoras de divisas. Su presencia rebasa la esfera exclusivamente mercantil: sus productos venden un estilo de vida, son parte de una hegemonía semántica.

Estados Unidos es el mayor exportador agrícola mundial y manda la mitad de su trigo y soya y, tres cuartas partes de su cosecha de algodón, a

compradores internacionales. China es el principal destino de las ventas en este terreno.

La presencia de Washington en América Latina en todos estos rubros es notable. Es el principal abastecedor de armas a la región, a pesar de la creciente exportación rusa y china. De lejos, es la potencia militar más influyente en el área. Es, también, el principal inversor extranjero directo. Todo tipo de empresas de ese país hacen negocios en el hemisferio.

A pesar de la creciente presencia china, los consumidores latinoamericanos compran en sus países una vasta variedad de mercancías con el sello “Made in USA”. Las exportaciones de automóviles, computadoras, maíz, trigo, series de televisión, carnes, películas, jugos y frutas congeladas, celulares, juguetes, cosméticos, combustibles y aeronaves no cesan. De los 20 acuerdos de libre comercio que Estados Unidos tiene con diversos países en el mundo, la mitad de ellos fueron firmados con naciones latinoamericanas y del Caribe. En 2011 las exportaciones de productos estadounidenses a los países de este subcontinente alcanzaron los 347 mil millones de dólares. El aumento de 54 por ciento en las exportaciones a la región, es mayor a la tasa promedio de crecimiento de exportaciones con el resto del mundo. Aproximadamente, el 85 por ciento de los bienes que comercia Washington entran libres de impuestos en Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, México, Panamá y Perú.

Por si fuera poco, como lo señaló Julian Assange, el 98 por ciento de las telecomunicaciones desde América Latina hasta el resto del orbe pasan por Estados Unidos, incluidos mensajes de texto, llamadas telefónicas, correos electrónicos. Ese país tiene a la mano la información de cómo se comporta la región, la ruta que siguen las transacciones económicas, el comportamiento y las opiniones de los principales actores políticos.

Aunque formalmente declare el fin de la Doctrina Monroe, su intervencionismo en la región es evidente, a través de temas como el narcotráfico, el terrorismo y la migración, además

de su participación “discreta” en golpes blandos como los registrados en Honduras y Paraguay. Su influencia se hace sentir, también, en la apuesta por la Alianza del Pacífico, como contrapeso a los otros procesos de integración de América Latina.

El dragón chino

La actual bonanza económica de América Latina está estrechamente asociada a la entrada de China en el hemisferio. El dragón asiático es un voraz consumidor de los alimentos, minerales y metales, y combustibles que se producen en la región. La inversión de ese país fue central en permitirle al área enfrentar sin grandes descalabros la recesión económica de 2009.

La presencia china en el hemisferio aumenta aceleradamente en todos los rubros: intercambios comerciales, inversiones directas, financiamiento e, incluso, actividades culturales. Salvo un declive en el crecimiento o graves conflictos políticos en la nación asiática, nada parece indicar que esta tendencia vaya a desaparecer.

Las inversiones de la patria de Mao Tsetung en América Latina aumentaron de 15 mil millones de dólares en 2000, a 200 mil millones en 2012. En 2017 podría alcanzar la cifra de 400 mil millones. El volumen de comercio de este país con Brasil, Chile y Perú, superó al que estas naciones tuvieron con Estados Unidos. El gigante oriental fue, también, el segundo destino comercial de Argentina, Costa Rica y Cuba. El 40 por ciento de las exportaciones agropecuarias de la región van a este país.¹

Las inversiones directas de China en el área en 2011 superaron los 8 mil 500 millones de dólares. Y, entre 2005 y 2011, concedió préstamos a países del hemisferio por 75 mil millones de dólares. Se trata de inversiones y préstamos no condicionados a la aceptación de dogmas de desarrollo, consideraciones ideológicas o criterios estrictamente políticos. Ellos hablan siempre de cooperación y apoyo mutuo.

1 http://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/LAP_120810_Triangle_rpt.pdf

Según reporta el periódico *El País*, la dependencia de la economía de América Latina con China es tan grande, que por cada 1 por ciento que crece el PIB en el país asiático, aumenta un 0.4 por ciento en la región; por cada 10 por ciento que crece el dragón asiático, se incrementa las exportaciones del hemisferio en un 25 por ciento.

La creciente presencia China en un área que tradicionalmente ha sido zona de influencia estadounidense, no se ha topado con la animadversión de Washington. El Imperio ha buscado contener y administrar el impacto de la potencia oriental, y circunscribirlo a la esfera estrictamente económica. A su vez, Pekín ha actuado con cautela y ha dejado claro que su intención es ampliar sus fronteras económicas.

Entrevistado por *El País*, Daniel P. Erikson, asesor de la Oficina para Occidente del Departamento de Estado de Estados Unidos, dijo, cauteloso, que la creciente economía del país asiático le obliga a buscar nuevos mercados, una necesidad que también comparte América Latina por los mismos motivos.

El oso ruso y las mineras canadienses

Impulsada por las crecientes ventas de armamento a América Latina, Rusia ha comenzado a redibujar su presencia en la región. Entre los quinquenios 1999-2003 y 2004-2008, las exportaciones de armamento del oso al hemisferio se incrementaron en un 900 por ciento. Se trata de su nuevo mercado de productos bélicos más relevante. Rusia abastece equipo militar a la región en mejores condiciones de pago y de entrega, también sin condicionamientos políticos. Con Venezuela ha realizado maniobras militares conjuntas.

6 Sus negocios en la región, sin embargo, van más allá de este asunto. El antiguo imperio de los zares invierte en el área, también, en petróleo, metalurgia, vivienda, hidroeléctrica y fabricación de autobuses.

La principal carta de presentación de Canadá en América Latina son sus empresas mineras. Según datos del 2008 las empresas canadien-

ses controlan aproximadamente el 37% de la producción minera. Actualmente están activas 286 empresas y mil 500 proyectos, aunque aún no todos en explotación². Todas ellas han dejado una cauda de evasión fiscal, saqueo, contaminación masiva, problemas de salud pública, corrupción, desposesión, violencia contra opositores.

Canadá es la principal potencia minera del mundo. El 75 por ciento de las mineras del orbe se registran en Canadá y el 60 por ciento emiten sus acciones en la Bolsa de Valores de Toronto. Muchas de ellas son sólo formalmente canadienses porque, en realidad, son compañías con capitales australianos, suecos, israelíes, belgas y estadounidenses.

La legislación minera canadiense es flexible y en su régimen impositivo generoso con los inversionistas. Ellos son favorecidos en su financiamiento y en el terreno diplomático y judicial. Las empresas que cotizan en la Bolsa, pueden poner en valor yacimientos potenciales. De hecho, algunas sacan sus ganancias de la especulación bursátil en torno a yacimientos potenciales.

En todos los países de América Latina en el que operan mineras canadienses a cielo abierto se han producido severos conflictos comunitarios. Esa es hoy la marca distintiva de las relaciones establecidas entre América Latina y su otro vecino del norte.

La reinención

América Latina está en un proceso de reinención como hemisferio. Su futuro no está aún definido, su destino final no está escrito. El hemisferio está redefiniendo su inserción en el mundo.

En la última década, la región ha obtenido ingresos extraordinarios por la venta de materias primas, y capitales para la inversión de valores,

2 Ver: "La minería canadiense en América Latina. Un panorama contemporáneo", de Arthur Phillips, Mary Roberts, Alix Stoicheff y Saviken Studnicki-Gizbert.

pasa a la página 29

Momento actual y perspectivas:

Integración y desafíos de la democratización de la comunicación

Adalid Contreras Baspineiro

La integración latinoamericana y caribeña en el contexto global

El contexto global, para América Latina y el Caribe, así como para sus esquemas de integración, se presenta con incertidumbres por la persistencia de tendencias estructurales que refuerzan los intercambios desiguales y las brechas sociales.

En efecto, en un mundo de diseño multipolar, los países de nuestra región despliegan un abanico de acuerdos bilaterales y “multipartes”¹ con diversos países y esquemas integracionistas, en una dinámica centrífuga que se sobrepone a los enlaces integracionistas intra-regionales².

Estas relaciones se ven facilitadas porque los Estados de la región asumen -como la fórmula para enfrentar la crisis internacional y las vulnerabilidades que ésta provoca- un ensimismamiento en políticas nacionales propias y soberanas, cada una válida en su propio contexto, y que se jerarquizan sobre los pactos de integración, funcionalizándolos a su desarrollo interno con el intergubernamentalismo como mecanismo para las relaciones internacionales.

Otro factor del orden mundial que incide en la

1 Como se ha venido en llamar al acuerdo comercial de la Unión Europea con Colombia y Perú.

2 Viabilizar los TLCs, ha supuesto acomodos y modificaciones en los compromisos de los sistemas regionales o subregionales de integración.

caracterización de los procesos de integración de nuestra región, es la fragmentación geográfica en cadenas de valor, que está llevando a una super-especialización y tecnologización en los países más desarrollados, junto al establecimiento de mega-acuerdos preferenciales en torno a mega-mercados con un alcance discriminatorio para los países que no son miembros³.

Esta forma de organización se enlaza con las economías de nuestros países empujándolos a una re-primarización de su tradición productiva y niveles básicos de tecnologización⁴. Esto incide a su vez en la vulnerabilidad de nuestras economías ante las caídas de los precios de los *commodities*, o frente a las desaceleraciones en el consumo en los países del centro.

Pero así como América Latina y el Caribe no deja de afectarse por el orden internacional, ya no es el continente que ganaba una pulmonía cada vez que los Estados Unidos estornudaban. Ahora, en el marco de democracias sostenidas, es escenario de políticas anti-cíclicas que han servido para sortear la crisis glo-

3 Un ejemplo es la *Trans-Pacific Partnership* -TPP- liderado por Estados Unidos y que nuclea a 11 países incluyendo a Chile, Perú y México. Ver Casas, Angel, *Integración regional y desarrollo en los países andinos*, Ed. UASB / Corporación Editora Nacional, Quito, Ecuador, 2005, pp. 69-70.

4 No es casual que la mayor inversión extranjera en nuestros países esté concentrada en la explotación de los recursos naturales y no así en la producción de bienes con valor agregado.

bal, así como para un inédito crecimiento económico, base para el desarrollo de políticas redistributivas en el marco de la protección, la cohesión y la inclusión social para el Vivir Bien de nuestros pueblos.

En el continente se está alentando inversión endógena en infraestructura, tecnología, diversificación productiva y energía, que en la medida que logren consolidarse y hacerse sostenibles, podrían constituirse en parte fundamental del ansiado cambio de la matriz productiva. Entre tanto, el escenario regional está regado de paradojas tales como que a pesar que los índices de pobreza se redujeron al 28.8% desde un 48.4% en 1990⁵, la brecha de desigualdad sigue siendo amplia y cuesta dejar de ser una de las regiones más desiguales.

Bajo estas condiciones, América Latina y el Caribe -donde coexisten proyectos, pertenencias, relaciones, idearios y geopolíticas nacionales diferenciados- vive un proceso de (re)inversión, que la coloca en la doble posibilidad de: o profundizar la dinamización de un cambio de era con solidaridades, uniones y cooperación Sur - Sur; o de sumergirse en un retorno a las relaciones asimétricas de la economía capitalista a ultranza.

Un regionalismo latinoamericano de nueva generación

Siendo los esquemas de integración experiencias cuyo sentido se define en formaciones históricas específicas, sus constituciones, estrategias y prioridades, marchan al compás de las dinámicas políticas y societales en las que se desenvuelven. En consecuencia, y en correspondencia con un continente en transición, el regionalismo latinoamericano y caribeño está también en un punto de inflexión: a partir del lugar en el que se encuentra, podría o transitar al fortalecimiento de sus esquemas de unidad regional, o desacelerarse y bifurcarse en la dinámica de los esquemas que tienden a polarizarlo.

5 CEPAL, *Panorama social de América Latina 2012*, Ed. CEPAL, Santiago, 2013.

Es que en realidad, “*todos los países de la región, cualquiera que sea su dimensión económica, grado de desarrollo o poder relativo, tienen en el mundo actual múltiples opciones en cuanto a su inserción económica -e incluso política- en el sistema internacional, que favorece estrategias de múltiples alianzas con membresías y compromisos incluso superpuestos*”⁶. Como producto, estas múltiples relaciones derivan en la existencia de modelos heterodoxos de integración y cooperación, “a la latinoamericana”, que no se sujetan a los parámetros clásicos de la integración como Unión Aduanera.

En estas condiciones, América Latina está vi- viendo un *regionalismo de nueva generación*, que se explica bien en el concepto de “*complejo integracionista*” que sugiere Tokatlian, refiriéndose a “*la manifestación de una dinámica de largo plazo que caracteriza a un área subalterna del sistema internacional y a través de la cual se aspira a superar, por medio de una amalgama de mecanismos, iniciativas y políticas, la vulnerabilidad externa y los desequilibrios internos de dicha área*”⁷. El *regionalismo de nueva generación* es multidimensional, dinamiza derechos continentales, es plural y participativo, y coadyuva los cambios estructurales con políticas de largo plazo asumidas en forma combinada por esquemas de integración, mecanismos de cooperación y sistemas multilaterales remozados.

Cuatro dinámicas caracterizan el funcionamiento del regionalismo latinoamericano y caribeño en la actualidad: 1) la creación de estadios superiores de integración; 2) el reacomodo de los bloques subregionales y regionales; 3) el surgimiento de acuerdos de

6 Peña, Félix, ¿Hacia un nuevo diseño de la integración sudamericana? Factores que inciden en su trazado y criterios para apreciar su sustentabilidad, Newsletter sobre Relaciones Comerciales e Internacionales, Buenos Aires, diciembre 2012, pp. 1 - 3.

7 Tokatlian, Juan Gabriel, *Latinoamérica y el complejo integracionista: un concepto a debate*, Desarrollo Económico, Vol. 51, N° 204 (enero - marzo de 2012), Buenos Aires, Argentina, p. 477.

cooperación por alineamiento; y 4) una exigencia de remozamiento del multilateralismo.

1. La histórica creación de Estadios superiores de integración

Para algunas concepciones la existencia de múltiples relaciones y la presencia de diversos esquemas de integración y cooperación estarían fraccionando el continente. Sin embargo, como afirma Manuel Rodríguez Cuadros⁸, la epistemología de la integración en nuestra realidad es al revés, puesto que América Latina y el Caribe nace a la vida política independiente fraccionada, siendo ésta la marca distintiva de su inserción internacional desde hace doscientos años. Y, a contracorriente, como nunca antes, en la actual fase de su desarrollo, está construyendo espacios y tejiendo acuerdos continentales, cuya expresión más osada y representativa es, sin duda, la histórica conformación de los estadios superiores de integración regional: la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) oficializada el 2008 y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y del Caribe (CELAC) en 2011.

UNASUR nace con una visión multidimensional y por ello ha puesto en funcionamiento diversos Consejos como los de Energía; Defensa; Salud; Desarrollo Social; Infraestructura y Planeamiento; Problema Mundial de las Drogas; Economía y Finanzas; Electoral; Educación; Cultura; Ciencia, Tecnología e Innovación; y Seguridad Ciudadana, Justicia y Coordinación de Acciones contra la Delincuencia Organizada Transnacional. Y se ha posicionado como un importante foro político regional, dando “muestras de efectividad en materia de seguridad y defensa, desastres naturales, políticas sociales y, sobretodo, diálogo político”⁹, por su reconocida intervención en la resolución de álgidos temas que atentaron los sistemas de

8 Rodríguez Cuadros, Manuel, *El nuevo regionalismo latinoamericano y la Comunidad Andina: convergencias y espacios de acción conjunta*, SGCAN, Documento de Trabajo, Lima, Perú, 2012, p. 5.

9 Carrión Mena, Francisco, *Unasur: ¿simple retórica o regionalismo efectivo? Fortalezas y debilidades*, FES / FLACSO, Quito, Ecuador, octubre 2013, p. 4.

mocráticos de sus países asociados.

Pero así como tiene logros trascendentes, UNASUR debe profundizar su institucionalidad. Sus estatutos son producto de un particular momento de la historia regional fuertemente centrada en las soberanías nacionales y su Secretaría General está compuesta en una jerarquía de mandos intergubernamentales. Es por ello que la *Declaración de Paramaribo*, emitida en la *VII Reunión Ordinaria de los Jefes de Estado y de Gobierno de UNASUR*¹⁰ sugiere tomar medidas para el fortalecimiento institucional de la Secretaría General y para reforzar los mecanismos de gestión del Fondo de Iniciativas Comunes. También aprueba las directrices para el establecimiento del Foro de Participación Ciudadana, con lo que consolidan su decisión de construir ciudadanía suramericana.

No cabe duda que con CELAC la región se dota de interacciones y espacios y modalidades de complementación en un nivel continental para la “*integración política, económica, social y cultural haciendo un sabio equilibrio entre la unidad y la diversidad de nuestros pueblos (...) para reafirmar la identidad de América Latina y El Caribe, su historia común y sus continuas luchas por la justicia y la libertad*”¹¹.

2. El necesario reacomodo de los esquemas tradicionales

El reacomodo de los esquemas de integración subregional y regional, se basa en su adecuación filosófica y organizativa a los desafíos del nuevo orden internacional, así como a un funcionamiento eficiente acudiendo a mecanismos de convergencia entre ellos y de complementariedad con UNASUR y CELAC.

Las acciones que están encarando tienen en común un rasgo de realización obligatoria: la recuperación de sus acervos normativos y lo-

10 UNASUR, *Declaración de Paramaribo*, Paramaribo, República de Suriname, 30 de agosto de 2013.

11 CELAC, *Declaración de Caracas, numeral 21*, Caracas, República Bolivariana de Venezuela, 3 de diciembre de 2011.

gros en diversos ámbitos, lo que les convierte en “eslabones de la unidad continental”, puesto que sus prácticas son factibles de capitalizarse en objetivos nuevos y de proyección continental.

MERCOSUR está viviendo un proceso combinado de fortalecimiento, ampliación y consolidación. El fortalecimiento se evidencia en el funcionamiento de sus Fondos¹². La ampliación se expresa tanto en la incorporación de nuevos asociados¹³, así como en su proyección continental con su propuesta de “suramericanización”¹⁴. Y la consolidación se consagra cuando en su XLV Cumbre¹⁵, se adopta una concepción integral de la integración, superando su tradicional constitución comercial, desarrollando una política exigente de relacionamiento con terceros¹⁶ e impulsando la participación social.

En el territorio aledaño, la Comunidad Andina (CAN), está viviendo un proceso de reingeniería institucional para una mejor funcionalidad de los órganos e instituciones que componen el Sistema Andino de Integración (SAI)¹⁷; y potenciarla preservando su patrimonio coordinando con MERCOSUR y UNASUR¹⁸.

12 Fondo para la Convergencia Estructural (FO-CEM); de Garantías para Micro, Pequeñas y Medianas Empresas; de Agricultura Familiar (FAF) y de Financiamiento del Sector Educativo (FEM)

13 Venezuela y Bolivia, y próximamente Ecuador.

14 MERCOSUR debe clarificar el rol que le asigna a UNASUR en su proceso de “suramericanización”.

15 MERCOSUR, *Declaración XLV Cumbre*, Montevideo, 14 de julio de 2013.

16 Por ejemplo las negociaciones con la Unión Europea, su acercamiento al SICA, y el inicio de negociaciones con la Unión Aduanera Euroasiática.

17 Los órganos supranacionales son la Secretaría General, el Tribunal de Justicia y el Parlamento Andino. Sus instituciones: el Convenio de Salud Hipólito Unanue, el Fondo Latinoamericano de Reservas, la Corporación Andina de Fomento y la Universidad Andina Simón Bolívar. Son instancias consultivas: los Consejos Empresarial, Laboral, de los Pueblos Indígenas, de Autoridades Municipales, y las Mesas del Pueblo Afrodescendiente y de los Defensores de los Derechos de los Consumidores.

18 *Reunión Extraordinaria de Presidentes de la Co-*

Para ello, la CAN cuenta con un importante acervo comunitario en diversos campos, como haberse constituido en el mercado ampliado más perfeccionado de los países en desarrollo; en la validez de su paradigma de integración integral; y en su constitución pluralista.

Un tema por resolver en la CAN, que se encuentra en el medio de políticas nacionales que se jalonan entre el estatismo y el aperturismo, es la vigencia de su constitución supranacional en un contexto de relaciones intergubernamentales. Del mismo modo, debe definir mecanismos de profundización de su concepción integral en un decurso de convergencias y complementariedades que puede implicar la fusión o migración de algunos de los temas que desarrolla.

En la Meso América y el Caribe, SICA y CARICOM viven procesos de profundización, extensión y reconocimiento de sus identidades. La profundización dinamiza propuestas multidimensionales. La extensión se expresa en la admisión de nuevos socios, ya no solamente con un criterio de vecindad territorial, sino con un sentido más estratégico de beneficio económico y político; siendo así que Colombia y MERCOSUR se convierten en Observadores del SICA. Y la identidad caribeña es parte ineludible de la unidad del continente, por eso, en el mapa integracionista, la Patria Grande es América Latina y el Caribe.

3. Los acuerdos de cooperación con alineamientos ideológicos

En el regionalismo de nueva generación han hecho presencia acuerdos de cooperación, que son mecanismos de coordinación para complementar y profundizar elementos comunes de las políticas nacionales¹⁹. Destacamos el surgi-

munidad Andina, en Lima el 28 de julio y en Bogotá el 8 de noviembre de 2011.

19 Cuando aludimos a acuerdos de cooperación, no podemos dejar de mencionar a la Organización para el Tratado de Cooperación Amazónica (OTCA), cuya experiencia, con una visión más abarcativa y plural que la de los alineamientos, ha recuperado importancia estratégica para el desarrollo coordinado de

miento de nuevos acuerdos que no se sujetan a vecindades territoriales, sino que se definen en función de intereses comunes en el campo ideológico, político y/o económico, por lo que adquieren el carácter de alineamientos entre pares. Los dos casos más representativos son la Alianza del Pacífico y el ALBA: dos modelos distintos, opuestos y de caminos paralelos.

La Alianza del Pacífico es un acuerdo de carácter comercial -originalmente entre México, Colombia, Perú y Chile- para profundizar de manera coordinada sus políticas afines en el sostenimiento de sus Tratados de Libre Comercio (TLCs) y desarrollar una amplia apertura comercial con los países del Asia Pacífico, especialmente la China.

Este acuerdo avanza raudamente en su constitución²⁰. Ha conformado Grupos Técnicos sobre desgravación arancelaria; reglas de origen; medidas sanitarias y fitosanitarias; obstáculos técnicos al comercio; facilitación del comercio y cooperación aduanera; servicios y capitales, incluyendo la posibilidad de integrar las bolsas de valores; movimiento de personas de negocios; comunicaciones; compras públicas; y agencias de promoción. Así mismo, ha incorporado la participación empresarial.

Con una visión opuesta, la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA)²¹ es un acuerdo político y social que sustenta su organización en los principios de solidaridad, cooperación y complementariedad, y se asume *“contra-hegemónica, incluyente y participativa, centrada en la justicia social, el desarrollo económico, el derecho a la autodeterminación de los pueblos y la defensa de las soberanías”*²².

políticas en la amazonía.

20 En la VII Cumbre realizada en Cali, en mayo de 2013, contaban con 13 países observadores, y en la actualidad expresaron interés 25.

21 Hasta el momento, los países miembros son: Venezuela, Cuba, Bolivia, Nicaragua, Dominica, Ecuador, San Vicente y las Granadinas, Antigua y Barbuda y recientemente Santa Lucía.

22 Cumbre de Presidentes, Guayaquil, Ecuador, julio 2013.

En la perspectiva de contribuir al desarrollo sostenible atendiendo las necesidades sociales de mayor urgencia en sus países miembros, organiza sus acciones en dos grandes ejes: los Tratados de Comercio de los Pueblos (TCPs)²³ y los Proyectos y Empresas Grannacionales²⁴ que abarcan el campo social, participación popular, complementariedad económica, político-institucional, y Buen Vivir.

4. El inevitable “darwinismo” institucional del multilateralismo

La tradicional institucionalidad de organismos como la OMC, CIADI, OEA, CIDH y la misma ONU, no se corresponde necesariamente con la (re)invención del continente -que ha ganado identidad, dignidad y capacidad propositiva- por lo que está sujeta a fuertes cuestionamientos que se reflejan en demandas de modificación de sus formas de participación, o de traslado de sus sedes, y de inasistencia a sus foros y cumbres, en una supervivencia condicionada a cambios.

Estando América Latina y el Caribe en una transición o superación de su situación periférica en las decisiones de las multilaterales, es expresiva la posición de los países suramericanos en la Declaración de Paramaribo, cuando: *“reiteran el compromiso con el fortalecimiento del multilateralismo, con la reforma integral de las Naciones Unidas y con la*

23 Los TCP son tratados de intercambio de bienes y servicios. Se sustentan en los principios de solidaridad, reciprocidad, transferencia tecnológica, aprovechamiento de las ventajas de cada país, ahorro de recursos e incluyen convenios crediticios para facilitar los pagos y cobros.

24 El concepto Grannacional tiene tres fundamentos: histórico y geopolítico (unión de las repúblicas latinoamericanas y caribeñas para la conformación de una gran nación); socioeconómico (estrategia de desarrollo con el objetivo de producir la satisfacción de las necesidades sociales de las grandes mayorías); e ideológico (afinidad conceptual crítica acerca de la globalización neoliberal, la necesidad del desarrollo sustentable con justicia social, la soberanía y el derecho a la autodeterminación)

democratización de las instancias decisorias internacionales..." (numeral 34).

Desafíos para la democratización de la comunicación en la integración latinoamericana y caribeña

1. Desde la multiplicidad y diversidad a la unidad

La democratización de la comunicación debe aportar al fortalecimiento de los procesos integracionistas; por ello el primer desafío es el *fortalecimiento de UNASUR y CELAC*, entendidos como los espacios de unidad continental.

Un criterio para el fortalecimiento de su institucionalidad, es que sean de naturaleza pluralista, capaces de convertirse en los espacios de convergencia, convivencia y proyección estratégica de los distintos esquemas de integración, acuerdos de cooperación y sistemas multilaterales. Otro criterio es que sean viables, lo que supone dotarse de niveles de supranacionalidad y de geometrías variables y cooperación reforzada para encaminar procesos de integración profunda.

2. Democratizar la integración

El segundo desafío, innato a la participación ciudadana, base de la democratización de la comunicación, es la democratización de los esquemas de integración a partir de la *construcción de ciudadanía latinoamericana y caribeña* con derechos como la movilidad humana, laborales, de atención consular y residencia.

Así mismo, para superar el gubernamentalismo característico de los procesos integracionistas, se debe estimular la participación so-

cial con capacidad vinculante y no solamente consultiva.

3. Construir una cultura de integración

Con espíritu latinoamericanista y caribeño; relievando la unidad, las convergencias y la convivencia; mostrando los logros y beneficios de la integración, lo que supone pasar de formas de información de los incidentes a los acuerdos y experiencias; estimulando la compatibilidad de valores; fomentando encuentros interculturales; amasando una identidad continental múltiple; y remarcando los desafíos estructurales que hacen necesaria la unidad como la expresión más profunda de la integración.

El sentido de la Patria Grande latinoamericana y caribeña debe ser consecuencia de la elaboración de *estrategias de comunicación para la integración* en función de los propósitos o sentidos de la integración que, al ser distintos, requieren así mismo formas diferenciadas de comunicación. Los esquemas de integración y acuerdos de cooperación despliegan experiencias comunicacionales mayoritariamente organizacionales o informativas. El elemento faltante, el de la participación, debe complementarse con las experiencias de las redes ciudadanas continentales de comunicación. Y la misión principal de éstas será construir una simbología e imaginarios esperanzadores de América Latina y el Caribe. <<

Adalid Contreras Baspineiro es sociólogo y comunicólogo boliviano. Académico de la Universidad Andina Simón Bolívar. Ha sido Secretario General de la Comunidad Andina (CAN).

Una versión ampliada de este artículo se encuentra en: <http://alainet.org/active/69354>

UNASUR y la participación ciudadana

Alfredo Rada

Al interior de ese esfuerzo unitario inter-estatal que es la Unión de Naciones Suramericanas -UNASUR-, hemos planteado que hay la posibilidad -y existe la necesidad- de que sectores sociales organizados de la sociedad civil, pero también movimientos sociales, llámense sindicales, vecinales, territoriales, funcionales o de cualquier otro tipo que existan en los países de UNASUR, pudieran participar de esta instancia que UNASUR ha creado y que se denomina el Foro de Participación Ciudadana. El Foro ha sido creado por los jefes y jefas de Estado de UNASUR, en el mes de agosto de este año 2013. Su antecedente se remonta a mediados del año 2012, y tiene que ver con la necesidad de complementar los esfuerzos de integración desde los gobiernos con instancias también participativas, que permitan fortalecer esos procesos de integración desde los movimientos sociales. Fue una propuesta originalmente planteada por los gobiernos de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América -ALBA- que son parte a su vez de la UNASUR; me refiero al gobierno de la República Bolivariana de Venezuela, al gobierno de la República de Ecuador y al gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia.

Planteamos esta iniciativa de conformar un Foro de Participación Ciudadana, entendiendo que aquellos niveles de participación gubernamental, necesarios por supuesto, sin embargo serían insuficientes como para llevar adelante una integración verdaderamente democrática a nivel de Suramérica. Esta propuesta fue aceptada y en agosto de este año, se aprobó una directriz para la participación en este foro democrático que se abre a las instancias de movimientos sociales y de la sociedad civil.

Estamos en este momento en la conformación de este Foro, cuya primera reunión se va a realizar en enero de 2014, en la ciudad de Cochabamba, Bolivia. Será en Bolivia, porque el Estado boliviano ha sido designado como la primera presidencia Pro- Tempore en el seno de UNASUR para conducir estos esfuerzos de conformación del Foro de Participación Ciudadana. En cada nivel estatal, en cada país, las directrices aprobadas por UNASUR establecen que deben conformarse secciones nacionales, del Foro de Participación Ciudadana.

La conformación misma de esas instancias participativas depende del debate interno en cada país, y las directrices aprobadas por UNASUR establecen también que en cada país se conformará un punto focal que puede ser una instancia gubernamental, puede no serlo; eso se definirá país por país, y en el caso boliviano, por dar un ejemplo, este punto focal ha sido asignado precisamente al Ministerio de la Presidencia, siendo parte de ese ministerio, el Viceministerio de Coordinación con Movimientos Sociales. Esto se explica por el hecho de que en Bolivia hay un relacionamiento directo entre movimientos sociales y gobierno, --con conflictos, contradicciones y a veces con problemas, sin embargo, no se ha producido en mi país una ruptura entre el proyecto político gubernamental y los movimientos sociales que, desde un inicio, le dieron respaldo--. Por ello se explica también que sea una instancia gubernamental la que cumpla las labores de punto focal en Bolivia; pero en el resto de países de Suramérica, dependerá del debate interno y de las decisiones propiamente autónomas de cada país, que se designe la instancia del punto focal.

Una sociedad movilizada

Estamos, en este momento, en la conformación de esas secciones nacionales y por ello es que eventos de estas características que reúnen a personas de distintos países, que desde los movimientos sociales, desde los medios de comunicación, están impulsando procesos de participación, pueden contribuir precisamente, a conformar el foro de participación ciudadana de UNASUR. Como gobierno de Bolivia, nosotros siempre hemos planteado la necesidad de que aquellos esfuerzos que desde los gobiernos se hacen para la integración sean impulsados también por la necesidad de movilización de la sociedad. Siempre hemos planteado que puede haber instancias gubernamentales que en determinados momentos frenen los procesos de integración, por posturas conservadoras, por intereses de Estado, por lo que sea, y que justamente en esos momentos se necesita de la movilización de sectores sociales para dar un nuevo impulso a esos procesos de integración y que no queden a medio camino.

Nosotros ratificamos este punto de vista oficial y lo hemos hecho y planteado en las instancias de UNASUR. Como gobierno de Bolivia, consideramos que este Foro de Participación Ciudadana debe tener características ampliamente democráticas, participativas, bajo los criterios de equidad, que son también parte de los principios de UNASUR. Para la primera reunión de ese Foro, que se va a efectuar el próximo año en Cochabamba, esos principios nos indican que aun cuando exista un Estado que tenga una población muy grande en relación a otros Estados, mucho mayor en términos demográficos, sin embargo su nivel de participación en estas instancias debe ser la misma. Me refiero a que en el caso del Foro de Participación Ciudadana, esa participación equitativa se dará en una cantidad que podría

estar en los 15 delegados por cada país; no es limitativo, no significa que esa cantidad de delegados se quedaría ahí, sino en una posibilidad de ampliarse. Hay instancias que son regionales que tienen la posibilidad de solicitar su adscripción en el Foro de Participación Ciudadana de UNASUR, precisamente ante la secretaria general de UNASUR.

Es cierto que UNASUR atraviesa por dificultades en cuanto a la conformación misma, o a la ratificación de la Secretaría General. Al principio, esta secretaria general, entre el 2011 y 2012, había sido ejercida por una ex ministra de Colombia; actualmente por un ex ministro de Venezuela, y correspondería elegir para los años siguientes a un nuevo secretario general; sin embargo, estas dificultades coyunturales para elegir secretario de UNASUR no deberían ser motivos para evitar una participación ciudadana en el seno de esta importante plataforma de integración sudamericana.

Queremos entonces plantarles que podamos impulsar estos procesos participativos al interior de UNASUR; que es una forma de conducirnos hacia un objetivo. El objetivo viene a ser la unidad suramericana, que es precisamente la UNASUR, el camino es la integración; pero la integración no debe limitarse a una integración entre Estados, sino que también debe considerar la participación de los pueblos. <

Alfredo Rada es Viceministro de Coordinación con Movimientos Sociales de Bolivia y responsable de la Presidencia Pro-Tempore del Foro de Participación Ciudadana de UNASUR. Intervención en el Foro Público realizado en Quito el 5 de noviembre de 2013, en el marco del Encuentro Latinoamericano “Democratizar la palabra en la integración de los pueblos”.

TeleSUR: integración desde la comunicación

Abraham Istillarte

La experiencia de TeleSUR no es muy distinta a la de los procesos de integración en América Latina donde se busca la manera más eficiente para lograr los objetivos. De hecho, TeleSUR es una de las herramientas para fraguar esa integración. Este multimedio ha estado dibujando su propio mapa a medida que avanza.

¿Cómo nace TeleSUR?

Nace en medio de un conflicto político, en un contexto bastante difícil en Venezuela y parte de América Latina. Había pobreza en la región. Había abusos por parte de algunos gobiernos y no había la manera de contrarrestar esos abusos. Además de eso, se registran en América Latina y el Caribe los mayores niveles de desigualdad y de exclusión, problemas que persisten, aunque se han dado pasos muy importantes para contrarrestarlos. El neoliberalismo se presenta como el principal responsable de esos problemas y de otros.

En este contexto, un grupo de hombres y mujeres intelectuales de toda América Latina y el Caribe trabajaban, buscando una manera de romper el cerco mediático, porque además de todos estos problemas, el control mediático por parte de grupos económicos y familiares había impedido un avance en la democratización de la información.

La Revolución Bolivariana se planteó como eje la necesidad de empezar a decir que había cosas que cambiar, y que había cosas que estaban cambiando, pero que no había ventanas para contarlos.

Abraham Istillarte es periodista y presentador de TeleSUR.

Después de todo ese trabajo, hecho por hombres y mujeres, anuncian el presidente Fidel Castro y el Presidente Chávez que va a nacer TeleSUR; lo hicieron por televisión y en vivo, dijeron que había que crear un canal de televisión que tuviera la oportunidad de mostrarle a alguien de América Latina cómo era su vecino, cómo era el otro, teníamos que conocernos y de esa manera, comenzó TeleSUR, con ese primer slogan: “Vamos a conocernos”.

Hugo Chávez presenta a TeleSUR como una herramienta para el acercamiento de los pueblos; él dijo: “Este es uno de los grandes proyectos para la difusión cultural, para que muestren nuestros propios esfuerzos, sobre todo en tiempos en que reina en el mundo y pretende seguir reinando el imperio mediático”.

Frente a toda esa situación, nace TeleSUR, con objetivos claros. “Nuestro Norte es el Sur” es otro de nuestros slogans, dándole prioridad al Sur, entendiéndolo como un concepto de resistencia de pueblos, de necesidad de integración, de la posibilidad de estar juntos para superar problemas.

La Revolución Bolivariana, sabía que era necesario acelerar el paso, por las amenazas constantes que se cernían sobre ella.

Ustedes recuerdan, en el 2002, la derecha venezolana logró darle un golpe de Estado al Presidente Chávez. Eran políticos, militares y los medios de comunicación, que se confabularon. En televisión la programación eran “comiquitas”.

Al Presidente Chávez lo habían secuestrado, y lo que decían los medios es que había renunciado. Pero el pueblo no se creía eso. Algunos

periodistas, corresponsales de prensa internacional, empezaron a decir que el presidente Chávez estaba secuestrado y un grupo de los aliados al mandatario dentro de la fuerza armada se fue a la calle, con el pueblo, diciendo que tenía que regresar el presidente.

Un año y medio más tarde, comenzaron con un nuevo intento de golpe tratando de acabar con el gobierno, pero esta vez, desde el punto de vista económico. Paralizaron la empresa estatal de petróleos PDVSA, trataron de cerrar todos los procesos productivos; pero el pueblo salió a apoyar a su gobierno, y en una jornada histórica logró superarse esa situación.

Una ventana distinta

Cuando nació TeleSUR, sabíamos lo que queríamos, sabíamos a donde queríamos llegar, pero no sabíamos cuál era el mejor y más eficiente camino; entonces TeleSUR, a medida que va avanzando, ha ido dibujando su propio mapa, ha ido con muchos aciertos, también con algunos errores; pero afortunadamente el saldo es positivo.

Hemos contado con el apoyo y asesoría de una red de intelectuales, de todos los países de América Latina, y uno de ellos, Fernando Buen Abad Domínguez, dice: “la revolución bolivariana, de la mano con la cubana, entendieron que era imprescindible comprender que la lucha es principalmente contra formas cerradas, obtusas, de la ideología más intolerante, diseñadas principalmente para multiplicar un individualismo enfermo, capaz de ‘ningunear’, esconder, perseguir y aniquilar al enemigo en todas sus obras”.

Medios de comunicación en Venezuela y gran parte del mundo crearon una imagen del presidente Hugo Chávez que no tenía nada que ver con el hombre que logró acabar con los aborrecibles niveles de pobreza que había en el país, o con la cantidad de gente que no sabía leer ni escribir, de eso no hablaban mucho, solo hacían referencia al estilo, a las formas de Chávez para lograr esos cambios estructurales en el país.

En TeleSUR muchos voceros, fuentes formales para nosotros, que jamás eran consultados por medios privados, porque los menospreciaban o los subestimaban, son quienes nos ayudan regularmente a contextualizar hechos noticiosos a través de sus opiniones y análisis. A través de TeleSUR hablan estos intelectuales, hombres y mujeres luchadores, amas de casas, líderes de movimientos sociales, y paralelamente se les ha abierto la oportunidad de que tengan acceso en otros medios de comunicación.

El futuro cercano

Tenemos muchos proyectos actualmente, viene nuestra plataforma en inglés, en principio vamos a salir por la Web, y viene la plataforma en francés.

Tenemos de inmediato nuestras grandes coberturas: las elecciones en Chile, en Honduras, seguimos con el proceso de paz en Colombia que se está desarrollando en La Habana, las marchas de protesta en Europa, ahí está TeleSUR, no solamente en las cosas que tienen que ver con nosotros, sino en las cosas que también nos afectan de alguna manera aunque estén sucediendo en otro continente. Seguimos también con nuevos programas de opinión.

Desde febrero próximo, vamos a estar en Brasil con una amplia presencia satelital, con 196 millones de potenciales televidentes, y se espera que antes de que termine el año 2014, vamos a estar en México, por otros satélites, ahí van a ser unos 116 millones de ciudadanos que tendrán la oportunidad de vernos.

El plan de crecimiento es avanzar en la democratización del derecho a estar informados.

Ya tenemos uno de nuestros estudios completamente equipado para transmitir en alta definición (HD), y solamente estamos afinando en lo que tiene que ver con el audio digital para avanzar también con eso.

En TeleSUR tenemos un principio de igualdad, de buscar el respeto entre nosotros y con los

Nuevas formas de comunicación en América Latina y el Caribe

Pedro Brieger

Hace más de treinta años el irlandés Sean Mc Bride publicó un informe para la Unesco sobre la circulación de las noticias que mantiene vigencia. En dicho informe Mc Bride analizaba el rol del flujo noticioso generado en su abrumadora mayoría por los países capitalistas desarrollados. No es necesario realizar un riguroso análisis para comprobar que aún hoy la mayoría de la información que circula en América Latina y el Caribe está generada por las agencias de noticias europeas o de los Estados Unidos. Los diarios más importantes e influyentes de América Latina informan lo que acontece en Bolivia, Jamaica o Costa Rica (a modo de ejemplo) en base a las agencias EFE (España), DPA (Alemania), AFP (Francia), Reuters (Reino Unido), UPI (Estados Unidos) o ANSA (Italia), entre otras.

Las agencias extranjeras marcan la agenda

Es posible examinar al azar cualquier diario importante de la región para corroborar la influencia de las grandes agencias de noticias internacionales en lo que se denomina “mar-

car la agenda”; es decir, de qué se habla en primer lugar.

En la misma semana de julio de 2009 en que murió la cantante británica Amy Winehouse falleció en Colombia Joe Arroyo, uno de los cantantes más populares de dicho país. En Colombia, por supuesto, la noticia fue primera plana de los periódicos y el funeral de Arroyo masivo. Salvo contadas excepciones, y principalmente en los países que tienen frontera con Colombia, la noticia no tuvo gran repercusión. Sin embargo, la muerte de Winehouse gozó de una extensa cobertura mediática en toda América Latina y el Caribe. Este ejemplo ilustra hasta qué punto el tema de la circulación de la información excede el campo político o las manipulaciones mediáticas con fines políticos ya que también tiene una fuerte influencia sobre lo cultural. El paradigmático libro “Para leer al Pato Donald” de Ariel Dorfman y Armand Mattelart publicado en 1972 ha sido superado con creces desde la aparición de internet y la velocidad con que uno puede informarse las 24 horas. Esto hace que ahora sea más evidente de qué manera las agencias

otros y creemos en el proceso de inclusión. Nosotros decimos “hay que hacerlo en casa”, para poder pregonar y hablar sobre esto, entonces por eso en TeleSUR se cumple ese principio de la igualdad, de la equidad, de la búsqueda de la felicidad interna dentro del canal

para poder afrontar todos los retos que se nos presenten en la calle, día a día, todos los retos que tenemos siempre en las coberturas, en la preparación de nuestros programas de opinión, y de nuestros contextos que presentamos en cada uno de los temas. ◀

de noticias europeas y estadounidenses influyen sobre la agenda informativa, lo que se puede comprobar diariamente.

El 7 de mayo de 2013 el diario Clarín publicó una noticia sobre Bolivia generada por la agencia AP (Estados Unidos), una sobre Paraguay con fuente DPA (Alemania) y otra sobre Cuba emitida por ANSA (Italia). El Telégrafo de Ecuador brindó una sobre Colombia citando a EFE (España), una sobre Argentina EFE/AFP (Francia) y otra sobre Uruguay (EFE). Al revisar el mismo día varios diarios mexicanos se podía comprobar que su fuente principal para cubrir una gira regional del presidente Nicolás Maduro era la agencia AFP. Los ejemplos son tan numerosos y grotescos que se podrían llenar varios tomos de libros al respecto. Incluso se llega al extremo incomprensible de que numerosos periódicos importantes y formadores de opinión publiquen noticias sobre sus propios países basadas en las agencias extranjeras. Un ejemplo de ello -aunque no el único es el diario El Tiempo de Colombia que utiliza en numerosas ocasiones a la agencia española EFE para informar lo que sucede en Colombia.

La aparición de internet permitió que también los diarios españoles aumentaran su influencia en América Latina. Hoy ABC, El Mundo y El País son fuente de consulta permanente, no sólo para lo que sucede en España sino también para difundir los hechos políticos -a su juicio más relevantes- de América Latina. El ABC de Madrid incluso tuvo una activa participación en las elecciones venezolanas de octubre de 2012. Antes de que se permitiera la difusión de los resultados en su portal tituló "El primer sondeo a pie de urna da la victoria a Henrique Capriles", lo que fue difundido por muchos periodistas y políticos de la región como una noticia verdadera. A todas luces era una maniobra para generar el clima de un posible fraude chavista, desmentido por el propio resultado de once puntos de diferencia a favor de Hugo Chávez.

El caso del diario español El País es muy interesante porque ya no es un simple diario, sino que tiene intereses económicos concretos con

influencia directa en su visión respecto de las características de los diferentes gobiernos y de lo que "es" relevante en la región. No es casual que su línea editorial y la de sus corresponsales y enviados especiales a América Latina y el Caribe -salvo contadas excepciones- refleje una oposición frontal al heterogéneo grupo de presidentes progresistas y en particular un discurso agresivo contra Venezuela, Bolivia, Ecuador y Argentina. Pero además, El País intenta influir directamente en los procesos políticos y económicos al organizar conferencias "de negocios e inversiones" en la región con la participación de los principales referentes del periódico (periodistas y directores), empresarios de primer nivel, ministros e incluso presidentes. Una de las conferencias de 2013 se realizó en junio en la ciudad de Panamá con el sugestivo título "Invertir en Panamá". El foro, clausurado por el presidente Ricardo Martinelli, mereció un suplemento especial del periódico dedicado a elogiar a la pequeña nación centroamericana.

Ver al continente con ojos propios

Como se ha dicho, la inmensa mayoría de la información que circula en América Latina y el Caribe todavía proviene de las agencias internacionales. Es indispensable cambiar esta realidad informativa con la difusión de contenidos generados en la región que -además- refleje los procesos de integración existentes que suelen ser ignorados o menospreciados por los medios hegemónicos. En la década del sesenta Prensa Latina intentó modificar la agenda de noticias latinoamericana y en gran medida lo logró gracias a un excelente grupo de periodistas que rompió el cerco informativo que rodeaba a la revolución cubana. Telesur nació con el objetivo de brindar una mirada desde el sur en momentos de importantes cambios políticos en la región y para contrarrestar la influencia de la norteamericana CNN en español. En los últimos años también se desarrollaron numerosas experiencias comunicacionales con la mirada puesta en América Latina, producto de los cambios en la región y el fácil acceso a internet. Muchas de estas experiencias cuestionaron las políticas

neoliberales que fueron hegemónicas en los años noventa y sirvieron para que las miradas críticas tuvieran espacio propio, aunque partieron de la perspectiva de la construcción de “medios alternativos”.

Seguramente, durante muchos años se consideró que era imposible competir con las “monstruos mediáticos”, poderosos en lo económico y en recursos humanos. La aparición de internet parece haber cambiado los términos porque -objetivamente- ya no es necesario depender más de las grandes agencias. Veinte años atrás sólo los periodistas en una redacción tenían acceso a la información. Hoy, cualquier persona puede leer todos los diarios del mundo, escuchar una radio o ver un noticiero de TV de cualquier país en su computadora personal o su teléfono. Entonces ¿por qué seguir dependiendo de las grandes agencias de noticias europeas o estadounidenses para informarnos de lo que sucede en América Latina? ¿Por qué tantos periodistas recurren al New York Times para formarse una opinión sobre Ecuador o Brasil siendo que tienen acceso directo a los medios locales -incluyendo los alternativos- con visiones mucho más enri-

quecedoras que las del NYT, ANSA, DPA o EFE?

El portal de noticias NODAL (Noticias de América Latina y el Caribe - www.nodal.am) nació en agosto de 2013 con el objetivo de transmitir las realidades de América Latina y el Caribe, desde la riqueza de los propios medios regionales y facilitar la búsqueda de la información a periodistas, políticos, empresarios, formadores de opinión y al público en general. NODAL busca contribuir a la creación de una agenda desde una perspectiva que destaque los caminos de integración para cubrir el vacío existente al buscar información de América Latina y el Caribe. Esto quiere decir que NODAL se constituya en una herramienta informativa para que el primer lugar de búsqueda para difundir noticias de América Latina y el Caribe en su conjunto sea NODAL, y que -a su vez- refleje la producción informativa de cada uno de los países. Si alguna vez Ignacio Ramonet planteó que “otro mundo es posible”, hoy se puede aseverar que “otra información es posible”, y necesaria. <

Pedro Brieger es director de NODAL.

Este libro recoge tanto posicionamientos de coordinaciones y organizaciones sociales, como plataformas comunes y normativas legales que están abriendo brecha para que esta conquista se haga realidad, junto con el reconocimiento pleno del Derecho a la Comunicación

Democratizar la palabra

Movimientos convergentes en comunicación

edición digital en www.alainet.org/publica/democom
edición impresa: América Latina US\$25,00 - Resto Mundo US\$30,00



Observatorios, auditoría social de los medios

Aram Aharonian

Una de las desviaciones más peligrosas que actualmente enfrentan nuestras sociedades para su supervivencia como democracias es la constatación de que los sectores comunicacionales pasaron a ser parte de grupos con intereses directos en el dominio y el manejo de las cuestiones públicas y abandonaron la norma de independencia y de responsabilidad social

La comunicación juega un papel fundamental tanto en la existencia de la democracia como en el funcionamiento del propio sistema de derechos, oportunidades y libertades, y su democratización tiene relación directa con la construcción de nuevas sociedades más justas y equitativas, participativas: es decir construir el futuro de nuestros pueblos donde el ciudadano sea el protagonista.

Uno de los derechos ciudadanos es el acceso a una información independiente, imparcial, veraz y plural, que le suministre a la ciudadanía conocimiento y orientación suficiente sobre las alternativas existentes para la toma de sus propias decisiones políticas y su desarrollo como ciudadano.

Esta información debe permitir al ciudadano un conocimiento y manejo de las formas de participación en los procesos de construcción, funcionamiento y desarrollo del sistema democrático, suerte de principio de responsabilidad social que corresponde también a los medios de comunicación social, que deja de

existir cuando los sectores comunicacionales pasan a ser parte de grupos con intereses directos en el dominio y el manejo de las cuestiones públicas, cuando medios y comunicadores abandonan la norma de independencia y de responsabilidad social.

Los paradigmas liberales hablaban de la prensa como cuarto poder, fiscalizador de los poderes del Estado (ejecutivo, legislativo, judicial), pero hoy la concentración de los medios comerciales de comunicación en muy pocas manos, la ha convertido en el primer poder, en muchos de nuestros países.

Hoy, la dictadura mediática pretende suplantar a las dictaduras militares de cuatro décadas atrás, cuando se apeló a las fuerzas armadas para imponer un modelo político, económico y social. Los medios comerciales de comunicación, convertidos en negocio del libre mercado, son tolerantes con la mentira, la falacia y los montajes, y llevan el bombardeo del mensaje hegemónico directamente a nuestras salas, comedores, dormitorios, durante las 24 horas de cada día, con formato de información, publicidad o cultura de masas (léase series de TV, juegos de video, etc.).

Estos medios hegemónicos cumplen, sin duda, una misión ideológica. Su finalidad no es brindar al ciudadano un conocimiento objetivo del sistema social en que vive, sino por el contrario ofrecerle una representación mistificada del mismo, para mantener al ciudadano en su lugar, dentro del sistema de explotación.

Una profunda polarización afecta a muchos de nuestros países. Por un lado están los proyectos de gobiernos populares que avanzan en nuevos tipos de democracia participativa

Aram Aharonian es periodista y docente uruguayo-venezolano, director de la revista *Question*, fundador de Telesur, director del Observatorio Latinoamericano en Comunicación y Democracia (ULAC).

donde el ciudadano pasa de ser objeto para convertirse en sujeto político y, por el otro, el del viejo establishment, decidido a restaurar el orden neoliberal y las prebendas de las élites beneficiadas por los sucesivos gobiernos -civiles, militares- durante dos siglos republicanos. La polarización económica y social cobra entonces un carácter político.

Los medios desempeñan actividades múltiples y diferentes que desbordan ampliamente la información, para extenderse a la producción de acontecimientos políticos y de naturaleza pública, como sucedió en Venezuela en abril del 2002, propiciando el golpe de Estado, para repetir el mismo esquema sucesivamente en Bolivia, Ecuador, Honduras y Paraguay.

La imagen o representación de la realidad política, económica, social, alimentaria, educativa, nacional o internacional a la que accedemos es aquella que los responsables de los medios poseen, representan y quieren comunicarnos. Y allí se demuestra el poder inconmensurable de su influencia y penetración ideológica sobre la ciudadanía. Son los grandes conglomerados económicos, los latifundios mediáticos, que invisibilizan las realidades adversas a sus intereses

En el caso de varios países, los medios de comunicación social informan con claras intenciones políticas, afectando, de esta manera, el tratamiento y significado de la información. Por detrás de la información hay una intención consciente y manifiesta de carácter político.

La batalla de las ideas y la confrontación entre dos proyectos de país, se realiza fundamentalmente a través de dos frentes de batalla, el electoral y el mediático, una suerte de terreno simbólico de guerra donde los ejércitos, los medios de comunicación social, se confrontan a muerte y utilizan como arma de destrucción del contrario la información y la víctima, los receptores en tanto ciudadanos a quienes se violenta y coarta su derecho a la información.

Pero, en el otro campo, el público-estatal, se copian formatos de los medios comercia-

les, y aplicando el síndrome de plaza sitiada, muestran políticas reactivas y no proactivas, denunciativas y no propositivas, perdiendo incluso la oportunidad de marcar las diferencias éticas. De allí la necesidad de crear espacios donde la sociedad pueda ejercer la auditoría social de los medios de comunicación social, su fiscalización, tales como asociaciones de usuarios y observatorios.

Observación

Sin dudas, los medios de comunicación social son instrumentos fundamentales para la vigencia y el funcionamiento del sistema democrático. De la naturaleza de los mensajes de los medios depende, en alto grado, la conformación de la opinión pública, de los imaginarios colectivos.

De allí la necesidad de un sistema comunicacional que garantice la pluralidad y la diversidad, y un flujo informativo libre, permanente, fidedigno y plural, y una amplia confrontación de opiniones que proporcionen al ciudadano suficientes elementos de juicio para permitirle la toma de decisiones conscientes en su participación en la esfera de lo público.

Lo cierto es que hoy, como señalara Eduardo Galeano, los medios comerciales atacan como partido político y se defienden con la muletilla de la libertad de prensa, cuando en realidad solo reivindican la impunidad de sus empresas y los intereses imperiales: “Ya no se necesita que los fines justifiquen los medios. Ahora los medios de comunicación justifican los fines”.

El propósito fundamental de un Observatorio de Medios es ejercer, a través del análisis riguroso y responsable, la observación permanente de la información proporcionada por los medios de comunicación social y velar por la vigencia de los Derechos de la libre expresión y de información consagrados constitucionalmente y que gozan de reconocimiento universal.

El derecho a la información es de todos los ciudadanos y se verifica cuando los medios públicos y privados, así como los comuni-

cadores sociales cumplen con su deber de informar veraz y oportunamente. Este derecho ciudadano a la información está condicionado por el régimen de propiedad y del control de los medios de comunicación.

En la sociedad actual los procesos de monopolización corporativa de los medios se han convertido en una amenaza a la pluralidad, confiabilidad y oportunidad de la información. Solo la democratización de la comunicación, que supone el desarrollo de un vigoroso conjunto de medios de distinta conformación - privados, de servicio público, no gubernamentales, comunitarios, alternativos - garantizará la dimensión ética, la legitimación de la responsabilidad social, a través de una efectiva participación ciudadana.

Hoy, algunos investigadores hablan de la desmitificación del poder de los medios de comunicación de masas y sus efectos sobre la población, ya que desde la observación se ha ido aprendiendo a leer y descifrar el mensaje de los medios.

Lo cierto es que en varios países, los medios comerciales han perdido su gran capital: La credibilidad, al tomar partido y ocultar realidades a sus lectores, en especial por la posibilidad de confrontar la realidad virtual que transmiten (por ejemplo, la de un país caótico con un Estado fallido), con la propia vivencia cotidiana de la ciudadanía.

La pérdida de credibilidad de los medios, es a menudo una consecuencia de los grandes cambios producidos por la globalización liberal, entre ellos la hiperconcentración de los medios, la sobreabundancia y la velocidad de la información.

La aparición de conglomerados multimedia, mega-empresas de comunicación que integran a la prensa, la radio y la televisión pero también al cine, la edición y la publicación, a las industrias ligadas al ocio, al deporte, a la moda, etcétera, diluyen la especificidad periodística en el espectáculo. En estos gigantes mediáticos el interés de la empresa supera al

interés periodístico.

Nada de ilegítimo tendría el interés empresarial, si no avasallara algunas consideraciones sociales esenciales a la ética periodística, entre ellas el concepto de bien público. En este panorama, en el que las industrias de la información se han convertido en la nueva industria pesada, la generalización de Internet facilita la confusión entre ver y entender, entre la “trasmisión en vivo desde el lugar de los hechos” con la información que permita comprender. La velocidad obstaculiza la verificación de los datos y la reflexión sobre ellos.

En un sistema democrático y participativo una de las vías para evaluar si los ciudadanos disponen de la información necesaria para su desenvolvimiento como sujetos activos en la sociedad, es constituir una instancia de observación no gubernamental, independiente y plural, con amplia participación: profesionales de la comunicación, organizaciones y movimientos sociales, la academia, que pueda hacer valoraciones no solo cuantitativas sino principalmente cualitativas, que brinden informes periódicos a la ciudadanía.

Cuidado: no se trata de un tribunal fiscalizador de la prensa, ni tiene la potestad de sancionar jurídicamente a los medios sino la de producir informes serios y documentados, a cargo de un equipo de profesionales de la comunicación capaces de examinar los diversos niveles de la producción informativa, la relación de periodistas y consumidores con las empresas de información, la influencia de los factores económicos, publicitarios, retóricos, políticos, etc., en la construcción de la información.

Los observatorios deben solidarizarse con los periodistas que trabajen en organizaciones hostiles a un periodismo independiente, y que muchas veces enfrentan presiones para distorsionar o censurar las noticias con una actitud contraria a toda ética, en beneficio de los dueños de las empresas periodísticas o publicitarias.

pasa a la página 26

Superar la dinámica del periodismo tradicional

Orlando Pérez

Hay dos asuntos importantes a considerar a la hora de reflexionar sobre lo que vivimos en el periodismo y la comunicación en los procesos políticos de nuestra región.

Primero: todavía desarrollamos el periodismo con y desde un metabolismo tradicional. En general, hay un metabolismo y un sistema circulatorio que de alguna manera nos construyeron en una dinámica periodística tradicional (privada y comercial) y que a pesar de todo lo que hemos hecho conceptual y en algunas tareas concretas, no hemos logrado superarlo del todo. ¿Hemos construido un corpus de lo que debe ser el periodismo de estas épocas y para nuestros pueblos? ¿Basta con señalar o autocalificarnos de periodismo alternativo para que este sea tal y afronte los retos de esta época?

A esto se une otro elemento: las organizaciones y movimientos sociales generalmente tienen angustia de que sus propuestas y planteamientos no están en los medios tradicionales, porque efectivamente ellos o las formas tradicionales de comunicación son las que definen, lo que se llamaba hasta hace poco, opinión pública. ¿Si su postura o proclama, marcha o protesta no está en esos medios nunca existieron esos eventos? Creo que ese es un tema latente, de cómo nosotros, al mismo tiempo que queremos comunicarnos entre nosotros, utilizamos los mecanismos y medios tradicionales de comunicación; y a veces pasa que los compañeros de algunas organizaciones en el Ecuador prefieren ir a El Comercio o a El Universo, en lugar de ir a El Telégrafo, para comunicar. No es criticable, pero se entiende que lo hacen porque hay una “tradicción”. Por lo tanto, quienes quieren hacer una ruptura

de prácticas y conceptos no se apartan de esa tradición y con ello consolidan el poder mediático del cual somos críticos. En otras palabras: la serpiente se muerde la cola y termina envuelta en sus propias denuncias.

Con esto lo único que propongo es reflexionar sobre nuestras prácticas para construirnos de distintos modos. Si tenemos que comunicar para romper los monopolios no podemos afirmarlos con nuestro propio quehacer o con una supuesta criticidad a los proyectos alternativos de comunicación.

Por ejemplo: Telesur o Prensa Latina disputan el mismo escenario de la cobertura, de la incidencia, del rating, de la audiencia, etc., porque evidentemente le están ganando en ese terreno a ese otro sector. Para ello han hecho significativos esfuerzos y todavía falta mucho. Si Prensa Latina compite con AFP o AP evidentemente tiene que luchar en ese espacio con ciertos temas y formas de comunicar también, pero no compite precisamente con esas empresas sino con las audiencias que se han “formateado” en ese molde y no tienen interés de salir de ahí para buscar, críticamente, otras narraciones periodísticas. Pero ya no es igual que antes, ya no estamos hace 10 o 15 años. Hemos ganado bastante y, por lo tanto, creo que el tema va también porque tengamos esas nuevas propuestas para los contenidos.

Telesur tiene una enorme potencialidad y calidad pero en nuestras organizaciones, instituciones y hasta hogares nuestro cable está conectado a CNN y si lo que sale en Telesur es importante damos por hecho que así debió ser, por responsabilidad, ¿pero es mucho más importante si nos ven y nos entrevistan en

CNN? Es más, somos supercríticos con Telesur, le encontramos todos los defectos para justificar no contratar el cable con servicio de esa cadena regional latinoamericana.

Una discusión diaria en El Telégrafo es cómo hacemos para que nuestros productos, procesos y propuestas, al mismo tiempo que van revelando otras realidades, se hagan con discursos, relatos, narraciones y miradas distintas a las que tradicionalmente estamos haciendo o con otros ingredientes para transformar ese metabolismo. Según nuestros propios editores y correctores no podemos poner una palabra en alguna lengua ancestral, pero no nos molestamos cuando ponemos títulos en inglés o sin ningún rubor ponemos bestseller o cualquier frase en francés porque luce más elegante.

Nos cuesta trabajo, es duro todavía, pero también hay que considerar algo que es muy importante. Hay un nivel de resistencia, sobre todo en las nuevas generaciones de algunos sectores sociales en las que todavía está incorporada la forma de hacer periodismo tradicional; y les digo esto en el caso concreto de Ecuador, hemos tenido una larga discusión con las facultades de comunicación, porque dicen: “El Telégrafo es oficialista”, en tono de estigma y respondemos: “¿Qué es ser oficialista?”. Si la Facultad de Comunicación de la Universidad Central del Ecuador, que es pública y de un ala progresista, elige a su directiva, y nosotros publicamos esa información, ¿no es oficialista?, ¿no deja de ser oficialista esa información? Si el ministerio de Salud establece un programa sobre el embarazo precoz etc., ¿dejamos de publicar esa información para no llamarnos “oficialistas” y por lo tanto ya tener distancia sobre eso? No. Lo que sí les decimos, sí vamos a publicar eso, pero también vamos a tener una mirada crítica sobre eso. Nosotros no hacemos lo que hace El Comercio y El Universo: no hablar de esos temas porque consideran que es hacer el juego o caer en el discurso del Gobierno.

Nuestras facultades de comunicación piensan que no importa el gobierno, igual hay que ha-

cer el mismo periodismo, no importa si es Evo, Lula o Correa. Y para ellos todo poder, incluido el poder popular, es objeto de la lucha de la prensa porque solo así tiene sentido asumirse como verdaderos y puros periodistas.

Entonces, ¿a quiénes nos tenemos que parecer? ¿Con quiénes tenemos que relacionarnos? Por eso, tratándose de un proceso en construcción, donde hay que “inventar”, les pedimos a las facultades de comunicación que nos digan desde la cátedra, desde el argumento teórico, cómo se hace periodismo público para esta época, sin dejar de señalar lo que es importante para la gente. Y lo que es importante para la gente no siempre son las buenas noticias que vienen desde el oficialismo. También desde los problemas que desde ese lado se crean. No creemos que en la gente, así generalizando, no haya problemas para abordar, como son la violencia intrafamiliar o el racismo y el mismo machismo. Entonces, ¿si el presidente de la República está en contra del aborto, dejamos de publicar para no hacernos problema con el gobierno y por tanto parecemos un poco menos críticos? No, hay que explicar el tema en su integralidad, inclusive para que la gente tome posición sobre eso.

Ahí hay una discusión profunda, que nace de este metabolismo, en el cual los medios públicos sí tenemos un reto enorme: establecer los mejores canales, las mejores formas de comunicación, para que todas las voces tengan no solamente un espacio, sino que también generen procesos comunicacionales para que nosotros como medios públicos y también los medios privados, en su momento, les tengan mayor atención, porque algo está pasando ahí. No tenemos que ser tribuna ni tribunal de los poderosos ni de los factores que sustentan y sostienen un modo de vida y un sistema económico, pero si podemos ser los espacios y escenarios para entender por qué se sostienen desde nuestras prácticas, como las de preferir CNN a Telesur, o para explicar cada noticia y acontecimiento con todos géneros y con todos talentos de este oficio.

Por eso nosotros nos preguntamos -y en El

Telégrafo, de alguna manera tenemos este contacto recurrente- ¿cómo hacemos la conversión de esta nueva lógica? Hay iniciativas interesantes que a veces salen bien, por ejemplo con lo de Wikileaks. Nosotros publicamos lo que los demás no publicaron y pusimos una unidad de investigación a que buscara todo lo que podíamos hacer. Lo hizo La Jornada, Página 12, y trastocamos eso; y cuando la gente quería hablar de Wikileaks, ya no se iba a El Comercio, sino a El Telégrafo, porque ahí estaban los Wikileaks de los que no hablaron ellos.

Investigación y cultura

Entonces tenemos una herramienta: el verdadero periodismo de investigación, que no se reduce a una denuncia de corrupción o a la creación de héroes del periodismo, sino para revelar y develar la sociedad que vivimos.

La otra herramienta: el periodismo cultural. Y eso lo podemos hacer rompiendo con ese esquema mercantil, farandulero, de la cultura, para poder posibilitar una reflexión profunda sobre los procesos de nuestros pueblos en su sentir, vivir y devenir más profundo. Por eso, todos los miércoles ustedes van a ver en El Telégrafo que hay una historia del comunismo en Ecuador, y por supuesto, lo digo crítica y respetuosamente, ninguna entidad u organización social reproduce eso. Ahí están luchadoras ecuatorianas, mujeres, lojanas, pichinchanas, guayasenses, que están visibilizándose en un medio público, que tiene que mostrar esa parte de la memoria que también se oculta. Ahora cuando se estigmatiza tanto el tema de la izquierda, entonces dijimos, contemos desde la historia lo que ha hecho la izquierda en este país, para bien o para mal. Hay algunos trabajos que se han podido publicar, gracias al esfuerzo de la academia. Por eso también tenemos un suplemento cultural dominical, que ahora constituye el mejor espacio del pensamiento y la reflexión de los procesos cognitivos, artísticos y estéticos del Ecuador. Como constituye una efectiva herramienta de disputa, nuestros propios intelectuales que no están con el gobierno lo leen pero si les preguntan qué leen los domingos,

dirán que la prensa comercial, porque es independiente y libre.

Solo menciono esas dos para no abundar en la tarea que hacen las secciones de deportes, sociedad o internacionales para colocar otros temas en la agenda que no están precisamente en las agencias de noticias y menos en algunos de nuestros organismos estatales o gubernamentales.

Pero claro, todo esto conlleva una pregunta cruda: cómo sostener un proyecto empresarial público, sin necesidad de que el Estado lo financie, para que podamos generar procesos empresariales propios, a nuestra manera; y en eso sí creo que vamos resolviendo dudas y limando algunas asperezas. No se confunda procesos propios con independencia o autonomías ilusas. Así como hay que crear las condiciones intelectuales y materiales para hacer un buen periodismo también hay que construir las institucionales para que siendo periodismo público no tenga que depender de un gobierno o de un presupuesto elevado.

Aterrizar en proyectos concretos

Necesitamos volver más sustantivos estos procesos y con mayor fuerza, porque lamentablemente cuando se reseñan política y editorialmente las cosas, vemos que hay una carga muy adjetiva de todo: esto está mal, está bien etc. Entonces, cuando digo volvamos más sustantivos estos procesos, es cuando nosotros queremos darle rigor y vigor a los hechos y a las palabras y a las perspectivas históricas que estamos haciendo cada día, desde nuestros espacios. No sé si esto queda claro en el día a día, pero para lo que estamos viendo, escuchando y monitoreando, aun no lo visibilizamos suficientemente, es decir los temas y las problemáticas de mujeres, campesinos, estudiantes, son problemas latentes, con miradas distintas y quisiéramos saber por dónde van.

Entonces, en esa lógica, “sustantivizar” a veces es más rápido hacerlo en hechos concretos. Pueden ser dos páginas a la semana, donde los movimientos sociales nos provean de la

mayor cantidad de argumentos y elementos, para poder debatir sobre estos temas, no sólo para El Telégrafo en particular sino para otros medios similares. A veces se siente esa angustia de que no tenemos información de los movimientos sociales, y frente a eso, yo diría, que sí nos hace falta construir un medio de comunicación masivo, potente de todos nosotros, alrededor de productos concretos. Cuando vemos a Telesur, vemos que ese es el avance o el reflejo de lo que tenemos que hacer o ir más allá, de lo que hace Telesur o El Telégrafo. En otras palabras: construir procesos para que dialoguemos y nos entendamos mejor.

Entonces, les propongo que contemos con este espacio de diálogo y reflexión, no para volvernos a encontrar después de seis meses y quejarnos de nuevo, sino para tener un producto concreto. Yo les invitaría a contar con un suplemento continental que se edite en cualquiera de los países, en “portuñol”, que

reflexione sobre lo que estamos haciendo, no de noticias, sino de reflexión, sobre lo que es muy importante para nosotros, para América Latina; tener “sustantivizado” este proceso, y periodística o comunicativamente, a través de las mejores herramientas del periodismo, no solamente tradicional, del nuevo, con lenguajes particulares, lejos de lugares comunes del periodismo tradicional con todos los “ismos”, (gobiernismo, izquierdismo etc.), sino también de procesos comunicacionales potentes que se reproduzcan en otros países.

Y para ello habría que preguntarse: ¿Quién está procesando, desde el periodismo público y comunitario, la historia de los movimientos sociales, dónde está, quién la está escribiendo, esta historia tan rica que ha dado como resultado los procesos políticos que tenemos ahora? <

Orlando Pérez es Director del diario público El Telégrafo, Ecuador.

Observatorios, auditoría...

viene de la página 22

Y deben dar especial atención a la evaluación de la cobertura de la información sobre las minorías raciales, étnicas y nacionales y a los grupos que sufran o hayan sufrido discriminación, para garantizarles en los medios de comunicación un espacio adecuado igual al de aquellos que históricamente han tenido voz.

Junto al examen del contenido de las noticias los observatorios deben analizar también las causas estructurales de una cobertura inadecuada, distorsionada o censurada, sea por la concentración del poder económico o por otras causas.

La nítida diferenciación que había existido entre periodismo, publicidad y relaciones públicas, en términos no solo de la especificidad profesional sino, y sobre todo, en su dimen-

sión ética, parece ser hoy cada vez más laxa y en muchos casos esos diferentes roles sociales de los comunicadores se solapan.

Por otra parte, hay organizaciones supranacionales que dicen ocuparse de los procesos comunicacionales, como es el caso de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la OEA, que concuerdan en sus análisis con los valores que en las democracias liberales se corresponden principalmente con los derechos civiles y políticos de los ciudadanos frente al Estado, y la defensa del capital.

De allí que solo se controla y evalúa la existencia de la libertad de expresión (muchas veces confundida, y no por casualidad, con la libertad de empresa), siempre en relación con las acciones del Estado. Por esas razones, no entra en ella los derechos ciudadanos a obtener una información imparcial. <

ALBA Movimientos: comunicar para tejer la integración

Tamara Roselló

“Desde hace ya más de 200 años nuestros pueblos latinoamericanos buscan su verdadera integración. Ha sido un largo camino de luchas, de derrotas y conquistas. Hoy aspiramos a encontrar una síntesis en ese ideal de una Patria Grande con el proyecto integracionista de la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA). Ante las consecuencias de la profunda crisis sistémica actual, -que puede frenar y obstaculizar las iniciativas que se articulan desde el sur y reconfigurar los propósitos de dominación y manipulación de la derecha-, sabemos que solo la integración real y efectiva de nuestros pueblos, nos permitirá sobrevivir a las crisis presentes y futuras, con una alternativa civilizatoria más justa, sostenible e inclusiva”¹.

“El ALBA, que no solo se basa en las relaciones comerciales sino que plantea como principios fundamentales la solidaridad, cooperación, complementariedad y participación de los pueblos, en busca de su verdadera autonomía e integración, convoca a una alianza anticapitalista y antimperialista”, con un horizonte socialista.

Con la Carta de Belem, suscrita en 2009 durante el Foro Social Mundial, tomó impulso la **Articulación de Movimientos Sociales hacia el ALBA**, que tuvo su Asamblea fundacional en mayo pasado. Ha transitado por un período organizativo con la conformación de capítulos nacionales donde confluyen movimientos y organizaciones que la integran; y también de impulso a iniciativas concretas. Su voz y presencia comprometida no se ha hecho esperar ante sucesos que han exigido su solidaridad, por ejemplo en apoyo a la resistencia hondure-

ña luego del golpe de estado a Manuel Zelaya. La movilización hacia Haití tras el terremoto de 2010 y la permanencia allí de la brigada campesina *Dessaline*, animada por el Movimiento de Trabajadores Sin Tierra (MST) de Brasil y a la que se han sumado integrantes de otras organizaciones sociales de Argentina y Cuba.

También se ha promovido la capacitación en agroecología para el campesinado o la convocatoria a espacios de formación política. Se han compartido pronunciamientos ante situaciones de la coyuntura, como las luchas específicas por la defensa del territorio, la paz en Colombia, la denuncia del bloqueo estadounidense contra Cuba y el respaldo a procesos progresistas y de integración en curso en la región. El impulso comunicativo ha sido esencial como eje estratégico de la Articulación, como parte del proceso organizativo en marcha, mediante una planificación estratégica de la comunicación, que desde nuestras concepciones se traduce en comprender que:

“La comunicación no puede asumirse como herramienta instrumental, sino como un ámbito de lucha, donde visibilicemos las propuestas de los movimientos sociales y acerquemos e integremos nuestros diversos espacios de transformación. Entonces para integrarnos es fundamental que nos comuniquemos, que desarrollemos un tejido comunicacional que por la propia naturaleza de esta Articulación hemisférica en construcción, la impulse desde el punto de vista organizativo y movilizador” como se declara en la propia Estrategia comunicativa de la Articulación.

Lo anterior significa que éste no es un ámbito exclusivo de los comunicadores y comunicadoras. Necesita de la participación activa

27

¹ Los fragmentos citados pertenecen a la Estrategia de Comunicación de ALBA Movimientos (2011).

de quienes conducen los procesos políticos, de quienes forman parte de ellos. Todavía en nuestras organizaciones hay que continuar trabajando en la conformación de esa visión no instrumental de la comunicación para que sea verdaderamente una práctica de vida y no solo una declaración a nivel del discurso. La coherencia entre lo que decimos y hacemos ha de ser una lucha continua. No basta contar con productos y medios informativos, mucho menos conformase con aparecer en las redes sociales de internet o en la primera plana de un diario. Los procesos comunicativos pueden favorecer aspectos organizativos y de movilización, fortalecer alianzas estratégicas e impulsar las acciones de incidencia en políticas públicas. Para ello se precisa una actuación intencionada y colectiva, con la comunicación como parte fundamental.

Comunicadoras, comunicadores y líderes políticos de la Articulación participaron en la elaboración de su Estrategia comunicativa, lo que aportó solo un granito de arena para guiar nuestra actuación. Ese hecho expresa la voluntad de quienes confluyen en esta iniciativa popular, de asumir el accionar comunicativo de manera planificada, mirando plazos inmediatos y un horizonte que se empieza a levantar desde hoy. No es casual que así sea. La Articulación Continental de la que hablamos es hija de procesos anteriores, en los que la lucha también ha sido contra los monopolios hegemónicos de la comunicación. Frente a ellos las voces aisladas apenas se escuchan, por ello es esencial juntarse, complementarse e identificar las potencialidades que hay en nuestros pueblos cuando se organizan.

El documento de la Estrategia comunicativa reconoce la riqueza de experiencias anteriores que acompañaron a la Campaña Continental contra el ALCA y conformaron una agenda común continental y popular. Esto ha contribuido, sin lugar a dudas, a que identifiquemos ejes temáticos, que muestran las luchas específicas como propias, que miran desde la integración el contexto que vivimos. Esa es la savia que alimenta a los medios propios de ALBA Movimientos como su sitio web (www.albamovimientos.org).

[albamovimientos.org](http://www.albamovimientos.org)) desde donde se emite un boletín quincenal, las listas de distribución de información y además se tributa a otros medios nuestros como la página Albasí, en el portal de la Minga Informativa (www.movimientos.org) o Albatv (www.albatv.org).

Estos esfuerzos informativos requieren un impulso mayor para que no se queden circulando entre un mismo grupo de militantes, referenciándose unos a otros. De lo que se trata es de compartir y generar información sobre los sentidos y el quehacer de la Articulación, sin perder de vista las propuestas de integración en curso, sobre todo a partir del ALBA. Por tanto sigue siendo una tarea de primer orden contar qué es nuestra Articulación, quiénes la conforman, qué posiciones tomamos ante acontecimientos que marcan, de una manera u otra, la vida de nuestros pueblos y cómo otras organizaciones puedan sumarse.

Las acciones de solidaridad o las propuestas formativas generadas por la Articulación son de por sí oportunidades para visibilizar a gente común de nuestros pueblos, para que con sus propias voces, compartan sus historias de vida, sus miradas a problemáticas comunes y den testimonios acerca de los cambios que están en curso en la región. Hasta en nuestros medios populares se privilegian las voces más expertas o con liderazgo. Y una integración que apuesta a tejerse desde abajo y a la izquierda, tiene que forjarse con más fibras de carne y hueso. Hay que develar el potencial que encontramos en nuestra historia, en la vida cotidiana de nuestros pueblos para gestar ese cambio de paradigma que acompañe a otra manera de relacionarnos, de construirnos como latinoamericanos y latinoamericanas, de gestionar la vida desde formas más colectivas y justas.

Generar contenidos que nos conecten, que recreen lo que somos y lo que hacemos como parte de una misma familia, es otro de los retos que tenemos; para no permanecer indiferentes ante situaciones que acontecen en diferentes puntos de la geografía latinoamericana. Las coberturas conjuntas organizadas han permitido tributar propuestas y visiones

compartidas que luego aparecen replicadas en medios alternativos de comunicación sin que previamente un/a periodista seleccione o edite nuestras ideas a su conveniencia.

La formación, en primer lugar, política y como parte de ella, comunicativa, es un paso imprescindible para hacer realidad la Estrategia de la Articulación con “un fuerte componente dialógico”. Desde la capacitación hay que seguir encontrando vías que nos permitan llegar a militantes, a dirigentes y no solo a comunicadoras y comunicadores. Una manera es incorporando en los espacios de formación política el eje comunicativo, que permita abordar y enfrentar la dominación cultural que se nos impone. Contra ella no podemos hacer nada en solitario, es preciso que aprovechemos las oportunidades de trabajo colaborativo tanto para la formación como la producción. Son disímiles las experiencias de las que podemos nutrirnos. Ahí están las potencialidades de la red radial de ALER y de televisoras comunitarias de ALBA TV o Telesur.

Desde ALBA Movimientos hablamos de la integración. Esa palabra llena de historia, de demandas populares y de sueños por la justicia social. Tenemos la responsabilidad ética de seguir construyendo esta otra integración, la que nos debemos hace siglos, la que todavía no conseguimos, la que tendremos mañana que reinventar. No es tarea sencilla porque vamos contra el poder hegemónico y eso no lo podemos obviar. Siempre habrá quienes desacreditan los esfuerzos de integración que impulsan gobiernos, movimientos, organizaciones sociales y medios de comunicación.

La reinención de... viene de la página 6

exacerbados por liquidez abundante provista por los bancos centrales del mundo y tasas de interés históricamente bajas. Pero hoy, ese ciclo, apunta a su fin. Por ello, su reinención implica necesariamente, una redefinición de su inserción en un mundo multipolar, en el que modifique su actual rol de proveedor de ma-

Nos ven como un enemigo pequeño, fácilmente fragmentable por las ideologías, por las geografías, por las identidades de género o sectoriales, por el color de la piel, por la fe religiosa... Sin embargo, podemos unirnos, encontrar las riquezas que tenemos, las posibilidades de articularnos y volvernos gigantes. Todo ello, sin perder nuestras raíces profundamente populares. Ese es un proceso que ha de darse en el plano político, social y cultural, con sus propios ritmos. El desafío de la comunicación está, a nuestro modo de ver, en impulsarlo, en ponerle alas para que tome altura y llegue a más personas, las convoque y enamore.

En el empeño integracionista los que tenemos el rol de la comunicación somos actores imprescindibles, al igual que quienes están en puestos de coordinación o liderazgo. La integración tiene que ser tema común para nuestros pueblos, que nos invite a todas y a todos a ser sus comunicadores, sus comunicadoras, y más que eso, sus protagonistas. Nos toca comunicar y vivir ese proceso que tiene pies en varios países de nuestra América Latina y Caribeña, y contarlo no desde palabras abstractas y pesimistas, sino desde los gestos cotidianos y concretos que nos animan a creer que el socialismo es nuestro camino. ◀

Tamara Roselló, periodista cubana del Centro Martín Luther King. Síntesis de la intervención en el Foro Público realizado en Quito el 5 de noviembre de 2013, en el marco del Encuentro Latinoamericano “Democratizar la palabra en la integración de los pueblos”.

terias primas, que lo coloca en una situación frágil y vulnerable, para buscar un tipo de industria con tecnología de punta y el desarrollo de las manufacturas, al tiempo que desarrolla su mercado interno con equidad y justicia. Si no lo logra, sus sueños de integración e independencia, anunciados por José María en su poema *Las dos Américas*, serán muy difíciles de realizar. ◀

Avances y desafíos desde la revolución democrática y cultural en Bolivia

Comunicación y plurinacionalidad

Dolores Arce

Del Estado colonial al Estado Plurinacional comunitario

Tuvieron que pasar 184 años, hasta que Bolivia pusiera las piedras fundamentales de una nueva era que se reflejó en la aprobación de la Constitución Política del Estado, por primera vez producto colectivo deliberado en una Asamblea Constituyente con amplia participación ciudadana.

Si bien las anteriores constituciones ya recogían el carácter de “multiétnico y pluricultural”, las mayorías nacionales -los 36 pueblos indígenas- seguían siendo consideradas minorías, con concesiones y no reconocimiento real de sus derechos e identidad.

Desde su primer artículo, la Nueva Constitución del Estado nos define como Estado Social de Derecho Plurinacional Comunitario. El artículo quinto se refiere a los idiomas oficiales que son el castellano y todos los idiomas de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, explicitando, además, que el Gobierno plurinacional y los gobiernos departamentales deben utilizar al menos dos idiomas; es más, en el artículo 234, referido a los servidores y servidoras públicos, como uno de los requisitos, figura “hablar al menos dos de los idiomas oficiales del país” (inciso 7).

El carácter plurinacional como eje fundamental se visibiliza en los principios ancestrales ético-morales de la sociedad plural (ama qhilla, ama llulla, ama suwa: no seas flojo, no seas mentiroso, no seas ladrón), y el reconocimiento de la justicia y la autonomía indígena originario campesina, como también las formas de democracia comunitaria según normas y procedimientos propios.

Ya en el ámbito de la comunicación podemos mencionar el artículo 106 que constitucionaliza el derecho a la comunicación y el derecho a la información, el artículo 107 que se refiere a los medios de comunicación social, que señala explícitamente el deber de contribuir a la promoción de los valores éticos morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados. Es más, en su inciso IV indica que “el Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades”.

A esto se suman otras leyes como la Ley 045 de Lucha contra toda forma de Discriminación y Racismo y por supuesto la Ley 164 (Ley general de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación) que apunta a la democratización de la comunicación gracias a una distribución equitativa del espectro.

Los avances en el marco legal, son indudables. ¿Pero cómo se materializan éstos en la vida cotidiana?

Dolores Arce es directora del Centro de Educación y Producción Radiofónica, Bolivia.

Transformando la Administración pública

Ingreso a los ambientes de la Contraloría General del Estado, me toca realizar un trámite rutinario. Como en toda oficina pública, están colocadas la bandera boliviana y la wiphala, ambos símbolos patrios en igualdad de rango. Mientras tomo asiento para esperar mi turno, observo los letreros en la pared: **“Todas las personas son iguales ante la ley”**. Al lado, el otro letrero idéntico: **“Tukuy runakuna uj rijch’ajlla kanchej jatun kamachiyman jina”**.

Al rato: “Pase el siguiente...” suena el llamado en la Contraloría General del Estado, donde, entre los servidores(as) públicas que atienden a la ciudadanía, se desenvuelve una joven quechua de largas trenzas negras, sonrisa franca y dedos ágiles que introducen el trámite en la computadora. Una realidad que hace pocos años era impensable pero poco a poco va cambiando el rostro de la mayoría de la administración pública de un Estado otrora preso del manejo en manos de élites que reproducían como herencia colonial una sociedad discriminadora.

Radios comunitarias: pilar de lo plurinacional

A diferencia de la televisión, donde la incursión en idiomas nativos y presentadores(as) indígenas es reciente, la radio fue y sigue siendo el pilar fundamental de expresión de las diferentes culturas y regiones del país. Mucho más tomando en cuenta que gran parte de la población se identifica con la cultura oral no solamente para informarse sino como forma de intercambio de saberes y conocimientos.

Las primeras radios comunitarias en Bolivia surgen hace más de seis décadas, inicialmente asentadas sobre todo en las minas, y desde la década de los setenta van surgiendo en diferentes provincias y localidades rurales. Con la aparición de la Frecuencia Modulada (FM) proliferaron emisoras comunitarias tanto en las capitales de departamento como en pro-

vincias. El alma de estas radios comunitarias es su estrecha vinculación con la comunidad con una alta participación de sus oyentes, constituyéndose de esta manera en un instrumento que trabaja desde la identidad cultural e idiomas del lugar.

Actualmente, se estima existen por lo menos 200 radios comunitarias que cubren el territorio nacional, realizando una importante labor informativa, educativa y de entretenimiento, haciendo frente además al avasallamiento cultural e ideológico que se viene dando no solamente desde los grandes medios de comunicación, sino también desde las numerosas radios comerciales y musicales tipo “disk jokey”.

Si bien muchas de estas emisoras surgieron de manera “clandestina”, es decir sin contar con la autorización legal -o, en su caso, bajo la figura de radios comerciales por no existir antes el marco legal para radios comunitarias-, ahora tienen la oportunidad de regularización, y además, pueden crearse nuevas radios en la categoría de pueblos indígena originario campesinos o también social comunitarias, ambas contempladas con un 17% del espectro electromagnético. Con el ajuste del ancho de banda, se abrió ya una primera convocatoria en la que se puso en práctica la democratización del espectro, ampliando de 49 a 66 emisoras en cada ciudad capital. Para seguir avanzando, habrá que esperar el año 2017, cuando culminarán la mayoría de los contratos de concesión de licencias que, durante el auge del neoliberalismo, se otorgaron a numerosos empresarios y al sector privado en general.

Radios de Pueblos Originarios: una iniciativa del Presidente Evo Morales

A partir del año 2006 se viene implementando desde el Estado el Sistema Nacional de Radios de los Pueblos Originarios: **“Para democratizar la palabra y que las comunidades campesinas, pueblos originarios y grupos sociales cuenten con medios de comunicación que les permitan ser parte del país, tener acceso a la información, a la capacitación, a la gene-**

ración de propuestas, a la proyección comunitaria, recuperación de valores culturales, expresión de su propia cultura, fomentando la autodeterminación de los pueblos y sobre todo tener derecho a la información y a la comunicación”, como señalara el Presidente Evo Morales.

Actualmente ya sobrepasan las 40 emisoras en el territorio nacional, como proyecto social sostenido por grupos de comunidades originarias, organizaciones sociales, sindicatos y pueblos indígenas.

Al contrario de lo que presumen muchos voceros de los grandes medios, estas radios, si bien fueron implementadas desde el Estado, son legítimos instrumentos de sus organizaciones sociales y se convierten en espacios de expresión participativa, con la circulación libre y plural de ideas, respondiendo, además, a la identidad cultural de la zona. Por supuesto que también está presente la difusión de la gestión de gobierno, no como acto de subordinación o proselitismo, como afirman los malintencionados medios privado-comercial-eclésiásticos, sino como socialización de políticas públicas que es una responsabilidad con nuestras audiencias.

Supone utilizar un soporte tecnológico llamado radiodifusión para que la comunidad ejerza su libertad de expresión en la esfera de lo público, con la idea de generar un diálogo colectivo tendiente a construir consensos y contribuir a una participación protagónica, corresponsable. Por ello, la pluralidad es una característica de su condición.

Por lo tanto, lo que caracteriza a estas radios, al igual que a las radios comunitarias de larga data, es su concepción de servicio a la comunidad, apuntando hacia una integración social y cultural. Medios al alcance y al servicio de la gente. Resumiendo: La radio se constituye en la voz de los sin voz.

Si bien en este momento estos medios pertenecen al Estado, está previsto un proceso de transferencia como propiedad colectiva y

social y será parte de la comunidad de cada región de acuerdo a sus usos y costumbre, cultura y organizaciones sociales del municipio.

Desde ahora, las decisiones sobre la orientación de cada medio no son tomadas por directores todopoderosos. Necesariamente esto se realiza mediante discusiones y acciones colectivas, donde el grupo que realiza la gestión distribuye decisiones y tareas. Quien dirige es la misma gente de la comunidad conformando el consejo radial comunal, de expresión plural e integral de la comunidad.

En virtud a estas similitudes en cuanto a conformación, características y objetivos nace la alianza natural entre radios comunitarias y radios de pueblos originarios, que se materializa en un trabajo conjunto en diferentes niveles. Por ejemplo, el proceso de formación y capacitación de los comunicadores y comunicadoras encarado de manera conjunta entre el Centro de Educación y Producción Radiofónica -CEPRA- en tanto centro de monitoreo satelital, y el Ministerio de Comunicación. En las tres Redes regionales (Oriente, Valles y Occidente) confluyen alrededor de 70 radios comunitarias y radios de pueblos originarios que se integran en espacios diarios de conexión e intercambio de información en el idioma de cada región. Asimismo, de manera conjunta, buscan estrategias de sostenibilidad para hacer frente a los requerimientos tanto tecnológicos como económicos que son vitales para la sobrevivencia de nuestras emisoras.

A manera de balance: avances y tareas pendientes

Hay quienes no quieren ver lo mucho que hemos avanzado en la democratización de la comunicación, cual fiera herida (por la pérdida de privilegios, asumimos...) lanzan acusaciones de que en Bolivia no estaría garantizada la libertad de expresión.

Nada más falso. Nos orgullece presenciar la paulatina ruptura con estereotipos y prejuicios

pasa a la página 36

Argentina: Una nueva ley, nuevos desafíos

Mariela Pugliese Lacorte

En un sistema mundial donde los medios de comunicación concentrados representan al poder económico y han logrado instalar los principales temas de la agenda pública, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en Argentina se ha convertido en uno de los hitos fundamentales en el proceso democrático de nuestro país de la última década. Fue una lucha y una victoria que empoderó a quienes participaron de ella pero, sobre todo, develó que detrás de los medios no hay una “verdad” indiscutible sino intereses económicos, relaciones políticas y sociales. Que la comunicación es muchísimo más que la libertad de empresa y que lo que nos tiene que regir es el Derecho a la Comunicación, que trasciende los objetivos comerciales, que trasciende incluso al periodismo como lo entendemos desde hace un par de siglos.

La LSCA parte de la construcción popular, de organizaciones sociales, universidades, sindicatos y organismos de derechos humanos, entre otros, que deciden conformar en 2004 un espacio de articulación y diálogo que se denominó Coalición por una Radiodifusión Democrática¹. Sin embargo, la inquietud por un nuevo sistema de medios venía circulando por todas esas organizaciones desde mucho antes, desde que el fin de la dictadura permitió pensar en que necesitábamos una nueva estructura de medios si queríamos una nueva estructura de país². Lo que hizo la Coalición fue

recuperar todas esas viejas luchas y empezar a discutir, entre sectores tan diferentes, cuál era el objetivo común.

La democratización de la palabra era indiscutible. La participación de sectores sin fines de lucro, tan opuesta a la concepción neoliberal y mercantilista de la comunicación, también. Con esas bases se armaron 21 puntos consensuados. La presidenta Cristina Fernández de Kirchner, como otros estadistas latinoamericanos de la última década, escuchó esta propuesta y la convirtió en proyecto de ley. En ese momento, comenzó un proceso de discusión en foros y audiencias públicas que dio un texto de ley aprobado por el Congreso por mayoría. Después de esta construcción democrática la LSCA estuvo obstaculizada por presentaciones judiciales de los grupos concentrados. El último juicio, realizado por el Grupo Clarín (en relación a cuatro artículos que se referían a la desconcentración y desmonopolización) fue definido con el fallo de la Corte Suprema de Justicia el 29 de octubre de 2013. A partir de ahí la ley, que estaba vigente en 162 de sus 166 artículos, fue declarada plenamente constitucional y se cerró, desde lo jurídico, el cuestionamiento que pretende dejar sin efecto una ley construida en democracia y con participación plena y permitió la adecuación a la ley de todas las empresas del sector.

Los cambios de la nueva ley

Es importante destacar que esta ley instaura una nueva realidad y cambia paradigmas. No es una ley escrita sobre un escenario constituido previamente, una ley que simplemente da forma legal a algo que tiene décadas de

1 Actualmente, Coalición por una Comunicación Democrática (ya que incorpora medios gráficos también).

2 El Decreto Ley 22285, que rigió hasta la LSCA y prohibía cualquier medio que no fuese de propiedad comercial, fue instaurado por Jorge Rafael Videla en 1976.

prácticas concretas. La LSCA marca algunos cambios fundamentales y fundacionales.

Por un lado, en un hecho inédito para la legislación argentina e internacional, crea la **reserva de espectro del 33% para los medios sin fines de lucro**, que asegura que las organizaciones de la sociedad civil puedan explotar licencias de radio y TV con una propuesta comunicacional que responda a los intereses y la mirada de sus comunidades, sin la mediación del poder económico.

Por otra parte, y para que la diversidad y pluralidad que promueve la ley sean posibles, **se regula la concentración de medios y se limita el desarrollo de monopolios y oligopolios**. De nada sirve ejercer el desarrollo de la comunicación si las voces son tan pequeñas que nadie va a escucharlas, si otros son tan grandes que van a tapar a todo el resto. En este sentido, la LSCA asegura la distribución de la palabra y la distribución del espectro. Este punto ha sido, como comentamos anteriormente, el más cuestionado desde los grupos empresariales de medios. La jurisprudencia nacional e internacional, sin embargo, ya se ha expedido al respecto, corroborando que no sólo es constitucional la ley, sino que es precisamente esta desconcentración la que asegura la libertad de expresión.

Por último es necesario destacar que, a partir de la nueva ley se establecen **cuotas de programación destinadas a producción audiovisual nacional, independiente y propia**, entre otros aspectos. Esto no sólo fomenta la generación de empleo local, sino que además fortalece la producción e identidad local y nacional. En Argentina, a partir de la sanción de la ley, se vienen desarrollando una serie de políticas públicas destinadas a asegurar su cumplimiento en relación a este aspecto (fomento a la producción audiovisual y bancos de contenidos audiovisuales de libre acceso, entre otros mecanismos para que las pantallas y radios puedan incluir las cuotas de programación nacional e independiente necesarias).

Los desafíos de la nueva ley

Antes que todo es importante aclarar que no hay ley que instaure nuevos paradigmas que se puedan pensar en el corto plazo. La proyección tiene que ser a futuro e ir sentando las bases para un nuevo sistema de medios que transforme la realidad. Esta construcción tiene que ser desde el Estado, desde ya, como autoridad de aplicación y garante de los derechos, pero también desde los medios y las audiencias. En este sentido, aparecen algunos desafíos:

- a) En primer lugar, existe la urgencia hasta ahora no concretada de **diseñar un Plan Técnico para la normalización del espacio radioeléctrico**, regularizando la situación de los medios existentes y garantizando a todos condiciones de incidencia y visibilidad. Esto va a ser, necesariamente, una instancia de debate. ¿Cómo se van a definir las potencias y alcances de los medios? ¿Cómo se va a asegurar la reserva para el 33%? ¿Cómo se va a resolver en las “zonas de conflicto” (donde la cantidad de emisoras supera en gran medida la cantidad de frecuencias disponibles)? Son algunas de las preguntas que habrá que hacerse y que requerirá de decisiones políticas y técnicas.
- b) Por otra parte hay que **asegurar el cumplimiento de las cuotas de contenidos en los canales y radios**. Este aspecto va avanzando progresivamente, como señalamos antes, pero tiene como desafío el poder adecuar los ingresos existentes (especialmente en canales y señales de TV de zonas no tan competitivas) con los costos de producción y, sobre todo, de generación de empleo formal y registrado. En este sentido, la asociatividad, las alianzas institucionales y las formas cooperativas de trabajo son algunas de los caminos que se van encontrando para resolverlo.
- c) La **incorporación de nuevas tecnologías** que no se contradigan con la ley (que no particulariza este aspecto) es un fuerte

desafío. La convergencia tecnológica (telefonía, datos, video, por ejemplo) tiene que pensarse en este nuevo escenario y posiblemente haga falta nueva legislación y nuevas políticas públicas para que la radiodifusión no quede por fuera de este juego.

- d) El **seguimiento de los planes de adecuación a la ley de los grupos** que se hallaban excedidos en licencias o que no respetaban otros requisitos de la ley es, desde ya, un aspecto sobre el que se está trabajando pero que no puede soslayarse si el objetivo es la verdadera desconcentración de los medios y redistribución del espectro.

Los desafíos de los medios comunitarios en la nueva ley

Ocupar el 33% no significa arrinconar la “pluralidad de voces” y lo diverso. Es disputar los sentidos y la hegemonía de un discurso. Y esto significa ver qué tipo de sociedad queremos. Quién queda adentro y quién queda afuera. Cuáles son los valores con los que nos manejamos. Cuáles son “nuestros sueños y aspiraciones”.

¿Cómo construimos los nuevos sentidos? No hay iluminados. La comunicación popular la hacemos en el territorio, desde el territorio. Se hace comunicación, se construye discurso con la práctica comunicacional. Hay que tomar los micrófonos porque el discurso colectivo no se hace en un laboratorio, se va construyendo en el desarrollo de un medio. Es el pueblo hablando, pensando, produciendo el que va creando o dando forma a conceptos sociales propios. De otra manera, son reproducciones de discursos sociales prestados por los poderosos.

a) *Sostenibilidad de los medios comunitarios*

La **sostenibilidad** de los medios comunitarios hay que pensarla para que el sector sin fines de lucro sea un sector potente, fuerte, incidente. Dentro de este sector, los medios

comunitarios son, por su definición y proyecto político comunicacional, constructores de ciudadanía. En este sentido, en un país y una América Latina que está construyendo una nueva realidad, hay que acompañar esta sostenibilidad. Cuando se quiere hacer crecer un sector, y se considera que es un servicio público, se piensan medidas para que esto ocurra. No tengamos miedo al apoyo del Estado. Como no se le tiene miedo desde otras industrias culturales como la producción audiovisual, el cine, el teatro, la música, que tienen históricamente el apoyo de políticas públicas destinadas a su desarrollo y sostenibilidad.

Los medios comunitarios también vamos a tener que aprender a gestionar nuestros medios aceptando cierta estructuración. En este escenario de la legalidad, hay derechos y obligaciones que van surgiendo, saberes y prácticas que tal vez no son a los que las organizaciones sociales estamos acostumbrados, pero que estamos aprendiendo. Tal vez el desafío sea saber jugar este nuevo juego y crecer sin perder la mística, el sentido colectivo y los objetivos sociales y políticos que marcan nuestros rumbos.

b) *La comunicación popular*

Por otra parte, es un desafío el que nuestros medios comunitarios repensemos la comunicación popular, que disputemos la masividad. Para que esto ocurra tienen que estar en manos del pueblo. La comunicación popular no es sólo una nueva agenda informativa o de contenidos. Es repensar también formatos, estéticas que convoquen. No hacemos radio o TV porque “queremos hablar al vacío”. Necesitamos medios que se escuchen y se vean. No sólo medios comunitarios políticamente correctos que nos dejan tranquilos en nuestra coherencia interna y en que “estamos peleando por lo que está bien”. Si queremos disputar la hegemonía del sentido, si queremos que esto cambie la realidad, no nos podemos quedar con nuestros pequeños nichos de luchas aceptables. Tenemos que lograr que en las calles las manifestaciones, los deseos, las luchas, sean una ida y vuelta con este mundo

que queremos contar, construir desde los medios comunitarios. No sea cosa que pensemos que porque decimos ideas bonitas y justas tenemos la verdad, y otros van a seguirnos...

La batalla cultural

“La ley no avanzó mucho en cuatro años, hay que cambiarla”, repiten desde el otro lado de la vereda. Toda ley que transforma la sociedad va a ser inaplicable desde la mirada conservadora. Seguramente, muchos hombres (¡y medios!) dijeron en el siglo XIX que la abolición de la esclavitud “es inaplicable”. Que “afecta intereses adquiridos”, “aumentarán los costos laborales”, “se caerán nuestras economías”, “no seremos competitivos”. Todo cambio de paradigmas es un cambio cultural. Incluso,

en el caso de los medios, afecta a las audiencias, que se vienen formando con determinada matriz desde hace muchos años. Es por eso que estamos hablando del desafío de hablar de otras lógicas, no sólo de ocupar un espacio. Es crear una comunicación que no se centre en el individuo, el consumo y el capital, sino en otros valores que nos atraviesan: el pensar en que o hay “un mundo para todos o no hay un mundo para nadie”. El tener una construcción colectiva donde la diversidad, lo diferente, sea la muestra de que todos y todas tenemos un lugar en esta Patria Grande. Un lugar desde donde siempre podremos hablar. <

Mariela Pugliese Lacorte es presidenta del Foro Argentino de Radios Comunitarias -FARCO-.

Comunicación y... viene de la página 32

cios donde desde la comunicación, se consolidan espacios en idiomas nativos, programas conducidos por indígenas y que promueven valores nacionales frente a tanto avasallamiento extranjerizante y globalizador.

Entre los desafíos está el generalizar la programación bilingüe y promoción de valores y producción nacional en todos los medios de comunicación.

Otro desafío se refiere a fortalecer a los medios alternativos con el debido acceso a la tecnología, esta vez al servicio de los pueblos y no como instrumento de dominación.

Finalmente está la formación permanente como también la búsqueda de la sostenibilidad

para que las radios comunitarias y otros medios alternativos puedan hacer frente a la manipulación mediática que se ha convertido en la mejor vocera de la oposición al Proceso de Cambio.

Citamos al Presidente Evo Morales, quien en una reunión con radios comunitarios y radios de pueblos originarios (abril 2013) se pronunció respecto al rol de los medios:

“Para qué queremos radios comunitarias, para que estos medios de comunicación estén al servicio del pueblo informando, educando para liberar a nuestros pueblos y la tarea fundamental de los medios de comunicación es la descolonización (...) recuperar nuestras vivencias, nuestra identidad y nuestra cultura....Den la palabra a la oposición y a la derecha, pero cuando mienten, permítannos responder con la verdad” <

Entrevista a Hernán Reyes, miembro del CORDICOM de Ecuador

Cambios estructurales en el campo de la comunicación

ALAI

“La gran expectativa que se generó en la sociedad ecuatoriana por contar con una Ley Orgánica de Comunicación (LOC), finalmente logró realizarse el pasado el 25 de junio con su publicación en el registro oficial, tras prácticamente cuatro años de haber sido sistemáticamente obstaculizada en su aprobación por una convergencia de intereses en la que participaron distintos sectores políticos de oposición, algunos medios de comunicación privados y también algunos sectores sociales que en la disputa por otros temas encontraron en la cuestión de la ley un espacio propicio quizá para visibilizarse y expresar su oposición al gobierno”.

Esta apreciación corresponde al sociólogo y docente universitario Hernán Reyes, quien actualmente es uno de los cinco miembros del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), instituido por la nueva Ley. Instancia encargada de “regular, establecer normativas y mecanismos que permitan no solamente mejorar el acceso de la ciudadanía a los medios, sino al mismo tiempo el ejercicio real de los derechos de comunicación e información, así como otros mecanismos que tienen que ver con la redistribución equitativa de frecuencias, que es un aspecto central de la Ley”, precisa Reyes, con quien sostuvimos el diálogo que sigue a continuación.

Una vez que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación, ¿cómo avanza el proceso de implementación?

Esta Ley nace como un instrumento normativo que ha tenido que enfrentarse estos últimos

años a una suerte de permanente estigmatización, como “ley mordaza”, “ley restrictiva”, “ley candado”, etc. Es un instrumento que va a posibilitar que haya cambios estructurales, no solamente del sistema de medios sino del campo de la comunicación entero. Por eso, diría que esta Ley es única en su género a nivel de América Latina.

Desde su aprobación, han sido meses de construcción, de levantamiento de una estructura institucional, que ha significado la conformación del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, como también de la Superintendencia de la Información y la Comunicación. Faltaría por conformarse el Consejo Consultivo, que es una instancia de asesoría y consulta ciudadana para el CORDICOM, que será conformado por actores muy importantes del sistema de la comunicación: productores audiovisuales, comunicadores, estudiantes de comunicación, profesores y también organizaciones ciudadanas que están trabajando en el ámbito de la comunicación y la cultura. Otra parte de nuestro tiempo se dedicó a la elaboración del borrador de reglamento general a la Ley de Comunicación, por encargo del ejecutivo, a quien le corresponde por mandato constitucional elaborar este reglamento. Entonces ese es el estado del Consejo.

Llama la atención, en la era digital, que una Ley Orgánica de Comunicación haya dejado fuera el área de las telecomunicaciones, para la que se prepara una nueva ley. ¿No crea esto ambigüedades y superposición de autoridades?

37

Creo que uno de los logros de la Ley fue más bien juntar lo que antes se había convertido en dos ámbitos diferenciados y que muchas veces no solamente se superponían en sus espacios de atribución, sino inclusive a veces se contradecían mutuamente. El título sexto de la Ley se llama “Del espectro radioeléctrico” y allí se determina que la administración del espectro radioeléctrico (que es un bien de dominio público del Estado) y el aprovechamiento técnico de este recurso estratégico, lo va a ejercer el Estado central a través de la autoridad de telecomunicaciones.

El CORDICOM tiene la atribución de emitir el informe vinculante para la asignación de las frecuencias de señal abierta, una vez revisado el proyecto comunicacional del medio que concursa por la frecuencia. Ese es un cambio de fondo, porque frente a lo que había sido históricamente una verdadera feria de frecuencias, que había transitado por caminos que rayaban en la ilegalidad, la inconstitucionalidad y ciertamente la inmoralidad, ahora se tiene un parámetro muy claro que ya es de conocimiento público, para que los medios, o quienes quieren administrar una frecuencia, y manejar o crear un medio de comunicación, puedan tener claridad de qué es lo que tienen que presentar como proyecto. Y este proyecto comunicacional va a ser evaluado y calificado por el Consejo para que la autoridad de telecomunicaciones haga la asignación final a quien resulte mejor.

Debido a un cambio de última hora, la Ley reconoce que los medios públicos pueden ser de carácter oficial, figura que no consta en la Constitución...

Está claro que existen tres tipos de medios: los públicos, los comunitarios y los privados. Solamente que en la ley se introdujo la figura de medios públicos de carácter oficial precisamente para aludir a algo que se había demandado en el transcurso del debate de la ley, que era esta figura de medios gubernamentales. Para mí, esto es positivo, porque aparece este tipo de medios públicos que, a diferencia de los... llamémoslo públicos-ciudadanos o pro-

piamente públicos, son de carácter oficial y pertenecen a instancias, sea del gobierno central, o gobiernos seccionales o locales. Para mí esta diferenciación es importante porque permite también entender que el gobierno es un actor dentro del sistema de comunicación, que tiene también derecho a la expresión y que, por lo tanto, también es susceptible de ser regulado en su actuación.

Pero yo creo también que los medios públicos son realmente uno de los elementos centrales en las políticas de comunicación de este gobierno. Acordémonos que los medios públicos en Ecuador existían en estado catatónico y fueron resucitados por el gobierno antes de que exista una ley de comunicación. De todas formas, lo que hace la Ley es incluirlos desde su propia definición como personas jurídicas de derecho público y se da disposiciones acerca de cómo se pueden crear: por decreto, ordenanza, resolución. Y les da la posibilidad de constituirse también como empresas públicas, lo cual tiene que ver con temas de sostenibilidad.

Además, la Ley les obliga a contar con un consejo editorial y un consejo ciudadano. Ahora los medios públicos están obligados a contar con estos dos instrumentos, que para mí son instrumentos valiosos para poder no solamente mejorar la calidad y diversidad de la programación, sino como parte del derecho de participación que tiene la ciudadanía y para mejorar la democratización de sus contenidos. Por otro lado lo que intenta la ley es construir un nuevo escenario mucho más abierto, más democrático, equitativo, plural, más responsable, en el cual de alguna manera a través de la regulación y a través de una serie de políticas de corte positivo, los actores del sistema de comunicación puedan responder por lo que están haciendo y responder de mejor manera.

Conforme a lo dispuesto por la Constitución, la Ley pasa del tradicional paradigma público-privado a uno nuevo que incorpora al sector comunitario, en igualdad de condiciones. ¿Cómo garantizar para que este sector tenga toda la diversidad y plurali-

dad que se merece, y no se quede como un sector marginal?

Yo creo que hay tres condiciones. La primera es la definición de lo que son medios comunitarios y esta definición es bastante extensiva y cubija una serie de actividades que efectivamente cumplen los medios comunitarios. Dice, “son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro; a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades”. Los medios comunitarios no se restringen a pueblos y nacionalidades indígenas. Aquí se habla de comunas, se habla de colectivos, y se habla también de organizaciones sociales sin fines de lucro.

Un segundo elemento es el financiamiento. Los medios comunitarios, en lo que se sabe de experiencias similares en otros países de la región, y quizás del mundo, han tenido siempre problemas de financiamiento y de sostenibilidad en su gestión. Desde ese punto de vista, la Ley declara que los fondos para el funcionamiento de los medios comunitarios provendrán de la venta de servicios y productos comunicacionales. Se les abre esta posibilidad que antes era absolutamente cerrada.

Y en tercer lugar se prevé la acción afirmativa: el Estado, como garante de derechos, que es su misión fundamental, y para el Buen Vivir. El artículo 86 dice que el Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y fortalecimiento de medios de comunicación, como mecanismos para promover pluralidad, etc.; e inclusive este artículo fija, de manera muy puntual y precisa, los mecanismos para que esa acción afirmativa toque tierra. Esos mecanismos incluyen crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y compra de equipos. Eso es básico y fundamental. A pesar de que ahora las tecnologías, sobre todo radiofónicas, pueden funcionar con bajo presupuesto, todavía para muchas comunidades resulta tremendamente complicado disponer de un fondo de 4000 o 5000 dólares, que sería lo mínimo para infraestructura. Otros mecanismos son:

exenciones de impuestos para importación de equipos, para el funcionamiento de medios impresos -creo que esto es importante-, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administración y técnica de los medios comunitarios.

Por otra parte, está lo que tiene que ver con los mecanismos de aplicación de la Ley. Y por eso el reglamento que acabamos de aprobar pone mucho énfasis en premiar aquellos contenidos, aquella programación que tenga que ver con aspectos como la equidad de género, con la edu-comunicación, con la interculturalidad, contenidos de carácter educativo o formativo, de carácter cultural. Yo tengo en mi cabeza la idea de que un medio comunitario precisamente se desenvuelve en ese ámbito, es un medio que no requiere estar preocupado por la rentabilidad económica, que lo diferencia del medio privado; y que su función es eminentemente social y cultural. Es una especie de puente, de mediador, que va a permitir empoderar e inclusive hacer las veces de negociador en casos potenciales de conflictos. Va a ser alguien que socialice, por ejemplo, y empodere a los miembros de los colectivos y comunidades en cuanto a sus derechos, etc.

Entonces, a mí me parece que esto inaugura un escenario completamente distinto, yo diría enorme y tremendamente positivo, para que no se quede la ley en letra muerta, sino para que su aplicación devenga en la emergencia de procesos reales, de construcción de medios comunitarios.

Yo sí tengo la esperanza, con la Ley de Comunicación y con una actitud abierta y sumamente reflexiva y crítica que estamos intentando tener quienes formamos parte de la institucionalidad para aplicar la Ley, de que en el país los medios comunitarios sean una realidad. Ya hemos estudiado el caso de las primeras 14 frecuencias concedidas a 13 nacionalidades indígenas del Ecuador. Y hemos tomado nota de los enormes y diversos problemas que tuvieron, para que esto no se repita en este proceso de entrega o de creación de 20 medios

comunitarios más, y de 20 adicionales que en los próximos años también está previsto.

Si bien la ley habla muy poco de las frecuencias digitales, si reconoce que se deben aplicar los mismos criterios de reparto. El Plan Maestro de Televisión Digital, aprobado hace un año, no corresponde con mucho de lo que está en la LOC, por ejemplo otorga a los mismos concesionarios el paquete de nuevas señales. ¿Cómo se va a manejar eso?

Bueno, este es ámbito y competencia de la autoridad de telecomunicaciones. De lo que he escuchado, el Ministro de Telecomunicaciones ha mencionado precisamente esto, que ya la digitalización considerará los mismos principios de repartición o de distribución equitativa que están planteados en la Ley, y que son, yo diría, el corazón mismo del proceso de democratización del campo en el Ecuador. También reconoció que estaba en carpeta preparándose, ya en su tramo final, una nueva ley de telecomunicaciones, con reformas profundas al marco normativo de telecomunicaciones actualmente vigente.

Yo quisiera simplemente que se considere que el tema técnico de la redistribución de frecuencias es un tema bastante complejo. Está previsto en la Ley que tiene que hacerse de manera progresiva, porque existen tiempos y destiemplos en la finalización de las frecuencias en cuanto a medios privados y medios de carácter comunitario.

El CORDICOM tiene entre sus funciones elaborar propuestas para el desarrollo del sector. ¿Con qué visión están trabajando y cómo sería la participación ciudadana en ese desarrollo?

Esto está considerado en el borrador que tenemos ya prácticamente listo del plan estratégico del CORDICOM, lo que se denomina dentro de la Ley “los derechos de participación”. Para nosotros es extremadamente im-

portante, no solamente empoderar a la ciudadanía, a través de múltiples vías, para que sea consciente y esté sensibilizada de sus derechos de información y de comunicación, sino que pueda efectivamente convertirse en un emisor, en un enunciador permanente de sus demandas, pueda ser un ente crítico, a partir de los medios. Crítico también con los medios, capacitado para hacer lectura crítica de medios, etc. Y además, que la ciudadanía pueda participar activamente en lo que está previsto en la Ley como espacios de veeduría y de control social.

La ciudadanía está en capacidad de participar en la creación y el funcionamiento de observatorios, de veedurías y de audiencias ciudadanas, etc. Y para eso se requiere de una serie de conocimientos más específicos de cómo técnicamente construirse, qué tipos de observatorios hay, en qué se diferencian las veedurías de los observatorios, cómo son experiencias similares que existen en otros países latinoamericanos, etc.

Entonces, el consejo consultivo para nosotros es una instancia supremamente importante, porque nos va a permitir alimentarnos de lo que está aconteciendo efectivamente en la sociedad civil, por ejemplo, entre los productores audiovisuales. Si la ley promueve la producción audiovisual nacional y la producción audiovisual independiente, tenemos que saber y estar conectados, sintonizados de manera permanente con ellos. Si estamos tan preocupados por mejorar las prácticas periodísticas e informativas de los medios, tenemos que saber qué está aconteciendo en los espacios de formación de comunicadores y periodistas; y para eso tenemos que tener la percepción y la voz, la presencia de los estudiantes, de los profesores, de los propios comunicadores en ejercicio. Necesitamos saber qué está pasando al interior de las salas de redacción de los medios. Sino, lo otro sería actuar de oídas, o actuar simplemente al ojo. ◀

Un reto para la democracia:

Medios y sostenibilidad

Sally Burch

Cambios legislativos, políticas públicas, iniciativas ciudadanas e innovaciones tecnológicas se están conjugando últimamente en Nuestra América para generar oportunidades inéditas para los medios comunitarios y populares, que permiten avanzar hacia la meta de crear o consolidar alternativas de comunicación acordes con los nuevos tiempos en el continente.

No obstante, a la hora de aprovechar estas oportunidades, surgen numerosos retos, entre los cuales la sostenibilidad de las actividades comunicacionales es uno de los más problemáticos.

La sostenibilidad de una iniciativa comunicacional involucra diversas dimensiones; entre ellas, la formación de capacidades humanas, la apropiación social y cultural por parte de la población concernida, la autonomía y actualización tecnológica y los recursos financieros para equipamiento y operación. Las reflexiones que siguen se centran principalmente en la sostenibilidad financiera, sin pretender que ésta sea la más importante. No obstante, el pleno desarrollo de un sistema de comunicación en manos de la ciudadanía, en condiciones de tener un peso real en la vida social y política de los países y de constituir un polo distinto al actual modelo comercial-mercantil, difícilmente será pensable sin el desarrollo de un nuevo modelo de financiamiento que lo sustente. Y siendo que esto implicaría importantes inversiones, apela a la necesidad de un amplio debate público sobre el rol de la comunicación en las sociedades democráticas y su relación con lo económico.

¿Desvanece el periodismo?

Por cierto, la precariedad financiera de la mayoría de los medios alternativos y comunitarios no es nueva, como lo evidencia la desaparición de muchos medios hacia fines de los años '80 del siglo pasado, cuando la "moda" de la comunicación popular salió de las prioridades de la cooperación internacional. Pero la crisis actual sin duda tiene características propias. De hecho, hoy no afecta solo a ese sector de la comunicación, sino a una amplia gama de medios, en diversas partes del mundo, impactados por los reajustes del sistema mediático ocasionados por la digitalización y la expansión de Internet. En los últimos años, cada semana hay medios impresos que cierran, o que pasan a formato únicamente digital, y con ello, la cantidad y calidad del trabajo periodístico-informativo serio es uno de los aspectos que más ha sufrido.

El analista estadounidense Robert McChesney, estudioso de este fenómeno en su país, encuentra que las actuales tendencias del desarrollo de Internet tienen un impacto realmente preocupante para el futuro del periodismo. A su juicio, el periodismo es "la principal forma de producir y diseminar información política en las sociedades modernas, que tiene una singular importancia para las democracias"¹. En tal sentido, cita un estudio que estima que al menos el 85% de noticias reportadas profesionalmente se publican primero en diarios impresos; y que hasta ahora no hay nada que remplace esta función. Sin desconocer el valor del nuevo periodismo ciudadano que prolifera en Internet, argumenta que no es sustitu-

41

¹ Robert W. McChesney, *Digital Disconnect: How capitalism is turning the Internet against democracy*, New Press, 2013, p.21.

to para un trabajo profesional y debidamente remunerado.

En su estudio sobre cómo el capitalismo conduce a que Internet se vire contra la democracia, McChesney hace un análisis, desde un enfoque de la economía política de la comunicación, de la acelerada concentración capitalista en el sector, en el cual ilustra con cifras cómo, en apenas una década, Internet se ha convertido en “uno de los mayores generadores de monopolio en la historia”².

Luego de identificar los factores subyacentes a esta concentración, McChesney nos recuerda que no era una evolución inevitable, sino que fue fomentada por políticas públicas -y sobre todo una desreglamentación nada accidental- que allanaron el camino. Y al corazón de este fenómeno ubica la conversión de Internet en un espacio basado en la publicidad, bajo parámetros inéditos, impulsada por la nueva industria publicitaria digital. Este hecho sería lo que ha tenido el impacto más devastador para el periodismo.

Algunos datos citados en el libro, para el caso de EE.UU., pintan un panorama desolador para el periodismo profesional:

- En 1960, había menos de un agente de relaciones públicas (0,75) por cada periodista que trabajaba en EE.UU. Para 1990 la proporción ya era 2 a 1; en 2012, 4 a 1. Siendo así, ¿quiénes escriben las noticias?
- Muchos medios locales han tenido que reducir o eliminar su planta de periodistas; pero en 2012, se reveló la existencia de una empresa que contrata -incluso en Filipinas- a redactores que se comprometen a elaborar un mínimo de 250 notas por semana, a un precio de 35 a 40 centavos por nota. Estas notas se venden a los medios locales de EE.UU. para que las publiquen como “contenido local”.
- En 2000, los diarios estadounidenses cobraban en total cerca de 20 mil millones por los avisos clasificados; en 2011, 5 mil millones.

- En 2003, de cada dólar pagado por un anunciante en la Web, casi el 100% iba al sitio que lo publicaba. En 2012, apenas 20 centavos van al sitio y el resto a los intermediarios (como Google Ads o Facebook).

Con estos y otros datos, el investigador llega a la conclusión de que “no existe ningún modelo de negocios que nos pueda brindar el tipo de periodismo que requiere una sociedad auto-gobernada. Lo que necesitamos es un cuerpo significativo de periodistas pagados a tiempo completo, que cubran sus comunidades, el país y el mundo, en competencia y colaboración con otros periodistas remunerados”³. McChesney califica al periodismo como un bien público, parecido a la educación, y estima que la mejor evidencia de ello es el hecho de que “ninguno de los genios financieros de EE.UU. ha podido descubrir cómo convertirlo en fuente de ganancia económica”. Y al respecto cita el dato que los países calificados -en criterios del *establishment*- entre los más democráticos del mundo (como Noruega, Dinamarca, Japón o Canadá) son también los que mayores subsidios dan a los medios públicos, con lo cual -dice- han logrado sostener un periodismo de mayor calidad del que hoy impera en EE.UU.

Consecuentemente, si bien el investigador vaticina que Internet podría potencialmente convertirse en una base de periodismo incluso mejor de lo que hemos conocido, afirma que solo será posible a corto plazo con una importante inversión pública, ya que sin ella, peligrará la misma democracia. De allí, concluye que es necesario buscar un modelo de inversión dirigida no solo a medios públicos, sino también a medios sin fines de lucro, sin que implique interferir en las políticas editoriales.

Políticas públicas

Sin desconocer las diferencias entre EE.UU. y América Latina, estas reflexiones pueden aportar al debate en esta región, sobre todo considerando que en ésta el periodismo ha seguido principalmente el modelo norteamericano.

2 Ibid. p. 130.

3 Ibid. p. 201.

El desarrollo de medios públicos en varios países sin duda ha contribuido a diversificar el ambiente mediático. Además, en los países que cuentan con una nueva legislación de medios que abre el espectro al sector comunitario/sin fines de lucro, por lo general se han contemplado mecanismos de financiamiento para este sector, que si bien quedan cortos en relación a las necesidades, constituyen un paso acertado.

Entre los mecanismos que se están manejando constan: el derecho a difundir publicidad sin restricciones en los medios comunitarios; un reparto de la publicidad estatal que incluya (obligatoriamente) una cuota para medios comunitarios y alternativos; subvenciones públicas directas, por ejemplo para equipamiento; exención de ciertos impuestos y tasas para medios comunitarios o de aranceles de importación de equipos e insumos; fondos concursables para la producción de programas; cursos de capacitación con apoyo estatal, entre otros.

Brasil es uno de los países donde los cambios legislativos siguen bloqueados por la acción de una prensa comercial reacia a ceder terreno, pero el tema está de nuevo en debate en el parlamento. Una subcomisión especial sobre “formas de financiamiento de los medios alternativos” acaba de presentar su informe, donde se resalta que “el sector de comunicación no es productor de una ‘mercancía’”, sino que la información es “un insumo de extrema relevancia en una sociedad democrática. Y cuanto más plural sea ese sector, más rico es este insumo”, contribuyendo a una población cada vez más politizada y participante.

La mayoría de mecanismos de sostenibilidad se destinan a medios audiovisuales, y si bien algunos países como Ecuador y Venezuela sostienen diarios públicos, muy poco se ha considerado la importancia de subvencionar una prensa escrita sin fines de lucro. En Argentina, un grupo de medios gráficos culturales ha sometido al parlamento este año un proyecto de “Ley de fomento de revistas culturales

independientes” que contempla, entre otras medidas, la desgravación impositiva, como reconocimiento del esfuerzo de autogestión para manejar estos proyectos; la creación de un fondo equivalente al 20% de la pauta oficial; y la protección de los derechos de libre circulación de tales publicaciones, que se han visto seriamente interferidos por el control corporativo de los circuitos de venta y distribución.

Hacia una economía social y solidaria de la información

A la vez que es fundamental contar con políticas públicas para apoyar la comunicación ciudadana, muchos medios coinciden en que no es conveniente crear demasiada dependencia del Estado (como tampoco de los anunciantes privados), y por lo mismo es importante diversificar las fuentes de financiamiento, como garantía de la autonomía editorial. Ello apunta a la importancia de generar fuentes de autofinanciamiento, que básicamente pasan por el apoyo de lectores y audiencias, algo que es más común en EE.UU. o Europa. Internet facilita también mecanismos nuevos como los sitios Web de “*crowdfunding*” (financiamiento colectivo), que permiten a un productor solicitar el compromiso de aportes, para que pueda producir un video o realizar una investigación periodística.

Sin duda en América Latina habrá que inventar mecanismos propios, adaptados al medio; pero más allá de los mecanismos, implica pensar en cómo construir una economía social y solidaria de la comunicación. Y ello significa un cambio cultural, pues va a contracorriente de las actuales tendencias impuestas con Internet, que han creado la expectativa de que la información sea gratis y abundante. Quizás una primera pregunta a plantear, en este sentido, es: ¿si el asumir que la información que se necesita debe ser gratis, no implica un precio demasiado alto para la democracia? ◀

Sally Burch es periodista de ALAI.

Una comunicación democratizada para la Integración

Declaración adoptada por los y las participantes del Encuentro Latinoamericano: "Democratizar la palabra en la integración de los pueblos", convocado por ALAI y ALER, Quito, 4-6 de noviembre de 2013.

Las y los participantes del Encuentro Latinoamericano de organizaciones y movimientos sociales, y medios y redes de medios alternativos, comunitarios y populares, reunidos del 4 al 6 de noviembre en Quito, Ecuador, reiteramos nuestro compromiso de priorizar en nuestras agendas de trabajo el apoyo, el fomento y la difusión de los procesos de integración de la región latinoamericana, en el camino de la unidad de nuestros pueblos.

Constituidos en el Foro de Comunicación para la Integración de Nuestra América, instamos a los espacios de la integración a trabajar junto al campo popular en la construcción de la identidad latinoamericano-caribeña. Hoy, la apuesta por una participación social efectiva demanda como condición elemental una socialización de la información amplia y permanente. La consolidación de una agenda para una comunicación que promueva la integración requiere del impulso de los movimientos sociales, de los Estados nacionales y de las instancias regionales.

Las organizaciones y movimientos sociales, los medios y redes de medios alternativos, comunitarios y populares apoyamos la convocatoria a una cumbre de comu-

nicación de nuestros mandatarios, para analizar políticas comunes en materia de información y comunicación, que ponga a la comunicación en la agenda de la integración. En nuestra región, la democratización de la comunicación es imprescindible para que nuestras democracias sean más participativas e inclusivas.

Bajo la consigna de Democratizar la comunicación en la integración de los pueblos, comunicadoras y comunicadores del campo popular latinoamericano manifestamos nuestra decisión de convertirnos en actores y promotores de todos los procesos de integración (CELAC, UNASUR, ALBA, CARICOM, SICA, MERCOSUR).

En ese sentido, apoyamos la creación en el marco de Unasur, del Foro de Participación Ciudadana, e instamos a que ésta se convierta en una instancia decisoria, superando su propuesta meramente consultiva.

En los últimos años, desde el campo popular venimos elaborando propuestas y aportes en torno al tema de la democratización de la comunicación y la integración regional, que acompañan el surgimiento

de nuevas normas democratizadoras en varios países de la región y de nuevos medios populares, junto con el fortalecimiento de los estatales y públicos.

La comunicación y la información son temas estratégicos para las luchas y disputas políticas, culturales e ideológicas y, si bien es un eje fundamental en los procesos de integración regional que se encuentran en marcha, ninguno de los organismos de integración tiene estas temáticas entre las prioridades de sus agendas.

Es necesario avanzar en la aprobación e implementación de normas que reconozcan la comunicación como un derecho y garanticen su democratización, con igualdad de condiciones y oportunidades para los sectores público-estatal, privado-comercial y comunitario-sin fines de lucro.

Consideramos necesaria una re-significación del papel de la cultura, entendida como eje articulador de los pueblos, y que la comunicación debe tener un carácter incluyente, incorporando las dimensiones de equidad de género, étnica y etaria, respetando interculturalidad de nuestros pueblos y nacionalidades, posibilitando la participación de las mujeres, jóvenes, pueblos indígenas, campesinos y afrodescendientes, y que esté asociada a distintas luchas de la sociedad.

Desde las organizaciones y movimientos sociales y de los medios de comunicación alternativos, comunitarios y populares apoyamos toda acción tendiente a garantizar la soberanía tecnológica que nos permita romper con la dependencia y el manejo de las comunicaciones e información regionales, mediante la promoción del software y plataformas libres y programas de estándares abiertos.

En cuanto a infraestructura, apoyamos la propuesta en Unasur de avanzar en la consolidación del Anillo Óptico Suramericano, así como la creación y adecuación de normativas y políticas públicas orientadas a democratizar el acceso y apropiación social de internet como nuevo espacio para la formación de corrientes de opinión y pensamiento crítico.

Consideramos necesario, además, incentivar la creación de observatorios de medios que permitan llevar a cabo una controloría social en todos los niveles, donde tengan un papel activo los movimientos sociales, ciudadanos y la academia. Esto, sumado a procesos de formación y capacitación, puede contribuir a la formación de audiencias críticas.

Desde el campo popular, respaldamos el establecimiento de sistemas de medios públicos, que garanticen la pluralidad y diversidad de la sociedad. El rescate de los espacios públicos es un paso significativo en la construcción de ciudadanía. A su vez, instamos a nuestros Estados a elaborar y/o profundizar políticas públicas que también fomenten el desarrollo de los medios populares y comunitarios.

Las organizaciones, medios alternativos y comunicadores/as integrantes del Foro Comunicación para la Integración de Nuestra América, en proceso de construcción, convocamos a todos los pueblos latinoamericanos a sumar esfuerzos para hacer valer el derecho a la comunicación; y de igual manera proponemos a las instancias de la integración regional a incluir la democratización de la comunicación como tema prioritario en sus agendas integracionistas.

Para más información sobre el Encuentro y (hacia delante) sobre el Foro, visite la página: <http://alainet.org/encuentro.php> o escriba a: contactos@alainet.org

la Integración - Comunicación para la Integración - Comunicación
ón - Comunicación para la Integración - Comunicación para la Integr
ión para la Integración - Comunicación para la Integración - Comun
ntegración - Comunicación para la Integración - Comunicación para l
Comunicación para la Integración - Comunicación para la Integración
ra la Integración - Comunicación para la Integración - Comunicación
ór - Comunicación - Integración - Comunicación para la Integr
comunicación para la Integración - Comun
a la Integración - Comunicación para
ón - Comunicación para la Integración
n para la Integración - Comunicación
ración - Comunicación para la Integ
icación para la Integración - Comun
a Integración - Comunicación para l
- Comunicación para la Integración
ara la Integración - Comunicación



AMERICA LATINA *en movimiento*

revista mensual

ACTUALIDAD Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO

- Realidad Regional
- Procesos Sociales
- Problemáticas Contemporáneas

Un esfuerzo conjunto de analistas y pensadores destacados, organizaciones sociales y ciudadanas, escritores y comunicadores comprometidos con las causas sociales.

Fuente de información imprescindible para líderes de opinión, dirigentes sociales, activistas políticos, centros de estudios y formación, periodistas y medios de comunicación, organismos de desarrollo...

¡SUSCRIBETE!
Una prensa independiente depende de los aportes de sus lectores
info@alainet.org • www.alainet.org/revista.phtml