

VOCES

por el DERECHO HUMANO a la COMUNICACIÓN



CODEHCOM

COLECTIVO por el
DERECHO HUMANO a la COMUNICACIÓN



Codehcom • Colectivo por el Derecho Humano a la Comunicación

www.codehcom.org • info@Codehcom.org

En este libro que surge como producto del debate organizativo de la Codehcom, reunimos textos urgentes para activar la construcción pública del derecho humano a la comunicación.

El producto de su venta será destinado al pago de esta edición.

Edición: Nestor Piccone • mónadanomada

Ilustración de cubierta: Daniela Ruggeri

Corrección: María Marta Rodríguez Denis

NINGÚN DERECHO RESERVADO, exceptuando el uso comercial.

Es bienvenida la reproducción total o parcial de esta obra como también compartirla en la internet y por cualquier otra forma sin permiso previo alguno. Agradecemos su más amplia difusión, citando la fuente y nuestro e-mail para profundizar este debate.

Podés pedirnos una copia digital de esta edición en: info@Codehcom.org

Hecho el depósito que establece la Ley 11.723

Impreso en Argentina • marzo de 2018



VOCES

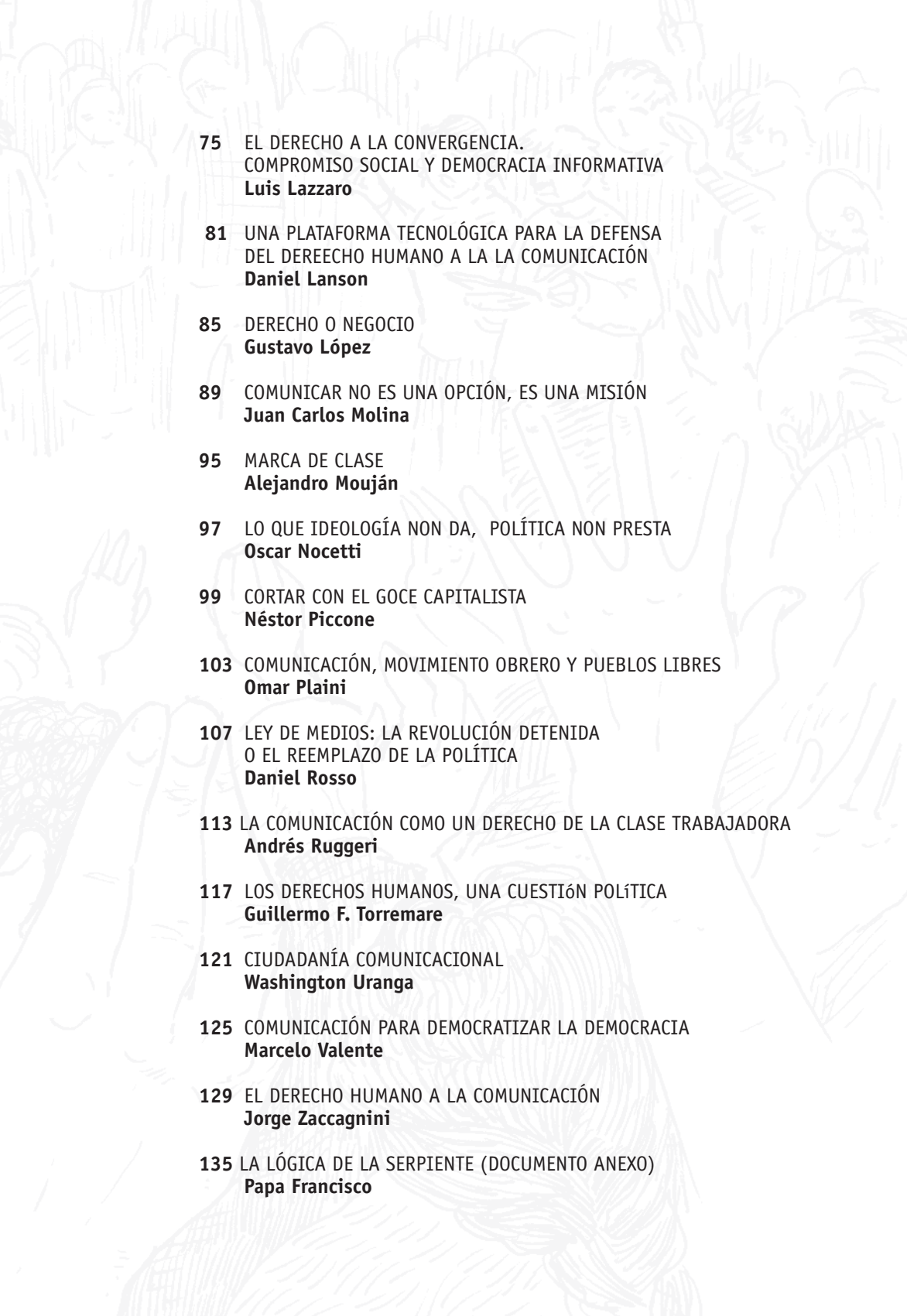
por el **DERECHO HUMANO** a la **COMUNICACIÓN**

Alcira Argumedo	Verónica Azpiroz Cleñan
Mónica Bianchi	Julieta Colomer
Clara Isasmendi	Karina Luchetti
Marta Riskin	Daniela Ruggeri
Francis Rosemberg	Juan Canella
Hernán Cardinale	Fernando Clavero
Santiago Errecalde	Daniel García
Jorge Gurbanov	Luis Lazzaro
Daniel Lanson	Gustavo López
Juan Carlos Molina	Juan Alejandro Mouján
Oscar Nocetti	Néstor Piccone
Omar Plaini	Daniel Rosso
Andrés Ruggeri	Guillermo Torremare
Washington Uranga	Marcelo Valente
Jorge Zaccagnini	

Codehcom • Colectivo por el Derecho Humano a la Comunicación

Índice

- 
- 7 DECLARACIÓN
Codehcom
- 13 TENDENCIAS PELIGROSAS
Alcira Argumedo
- 21 COMUNICAR PARA EL *KÛME FELEN*
Verónica Azpiroz Cleñan
- 27 COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN Y DISCAPACIDAD
Mónica Bianchi
- 31 EL CINE, UNA POTENTE HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN
Clara Isasmendi
- 35 LA COMUNICACIÓN: DERECHO DE LAS PERSONAS, NO DE LAS EMPRESAS
Karina Luchetti
- 41 PRODUCCIÓN SIMBÓLICA Y DERECHOS HUMANOS
Marta Riskin
- 45 LA INFANCIA Y EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN
Francis Rosemberg
- 49 CON GRITAR NO ALCANZA. LA COMUNICACIÓN EN EL SISTEMA DE SALUD
Juan Canella
- 53 EL CALDERO DE LA DEMOCRACIA. ESPACIO PÚBLICO Y COMUNICACIÓN REAL
Hernán Cardinale y Julieta Colomer
- 57 CUANDO LA MODERNIZACIÓN Y EL TERRORISMO SON LOS ÚNICOS MENSAJES
Fernando Clavero
- 61 COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA Y ECONOMÍA POPULAR, SOCIAL Y SOLIDARIA
Santiago Errecalde
- 67 COMUNICANDO UNA EDUCACIÓN EMANCIPATORIA
Daniel García
- 71 EL LIBRO Y LA COMUNICACIÓN
Jorge Gurbanov

- 
- 75 EL DERECHO A LA CONVERGENCIA.
COMPROMISO SOCIAL Y DEMOCRACIA INFORMATIVA
Luís Lazzaro
- 81 UNA PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA DEFENSA
DEL DERECHO HUMANO A LA LA COMUNICACIÓN
Daniel Lanson
- 85 DERECHO O NEGOCIO
Gustavo López
- 89 COMUNICAR NO ES UNA OPCIÓN, ES UNA MISIÓN
Juan Carlos Molina
- 95 MARCA DE CLASE
Alejandro Mouján
- 97 LO QUE IDEOLOGÍA NON DA, POLÍTICA NON PRESTA
Oscar Nocetti
- 99 CORTAR CON EL GOCE CAPITALISTA
Néstor Piccone
- 103 COMUNICACIÓN, MOVIMIENTO OBRERO Y PUEBLOS LIBRES
Omar Plaini
- 107 LEY DE MEDIOS: LA REVOLUCIÓN DETENIDA
O EL REEMPLAZO DE LA POLÍTICA
Daniel Rosso
- 113 LA COMUNICACIÓN COMO UN DERECHO DE LA CLASE TRABAJADORA
Andrés Ruggeri
- 117 LOS DERECHOS HUMANOS, UNA CUESTIÓN POLÍTICA
Guillermo F. Torremare
- 121 CIUDADANÍA COMUNICACIONAL
Washington Uranga
- 125 COMUNICACIÓN PARA DEMOCRATIZAR LA DEMOCRACIA
Marcelo Valente
- 129 EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN
Jorge Zaccagnini
- 135 LA LÓGICA DE LA SERPIENTE (DOCUMENTO ANEXO)
Papa Francisco

DECLARACIÓN DEL COLECTIVO POR EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN

Por Codehcom

Introducción

La coyuntura política económica, cultural y social de la Argentina de hoy obliga a una lectura atenta del escenario como ámbito de actuación, y a un replanteo de las formas de acción política. Ciertamente, el avance del neoliberalismo demanda modos de respuesta política y de organización. En este sentido, corresponde reafirmar que está pendiente la construcción de un modelo de comunicación inclusivo y democrático, con distribución efectiva de recursos a favor de los sectores populares. Esta última es condición necesaria para una verdadera transformación del modelo del país.

Codehcom surge con el propósito central de contribuir a la defensa política y al ejercicio social del derecho a la comunicación en todos sus alcances. Quienes participamos de este colectivo buscamos la vigencia plena de prácticas democráticas en la producción y el acceso a la información, aportando así al ejercicio de la democracia en la Argentina, a la custodia de los derechos humanos y a la construcción de un proyecto de sociedad con justicia social.

Desde Codehcom consideramos que, como elemento ordenador de las prácticas sociales, la comunicación tiene un rol sustantivo en la disputa de las ideas. Desde la comunicación se interviene activamente en el campo de la política porque es una herramienta fundamental para avanzar en procesos de transformación económica y social.

¿Qué es Codehcom?

Codehcom es un espacio de trabajo y articulación de actores que como toda la sociedad están vinculados a la comunicación y a la acción social. Actores que, reunidos a partir de la coincidencia básica de la defensa y la promoción integral de los derechos, se unen para coordinar y potenciar su incidencia política en la sociedad por medio de sus capacidades y recursos.

¿Para qué?

A partir de la convicción de que la democracia es una construcción de espacios de libertad y derechos, la finalidad de Codehcom es impulsar las condiciones político-institucionales propicias para que los derechos a la información y la comunicación salgan del reconocimiento en el papel y puedan ser efectivamente ejercidos por los ciudadanos. Para el logro de esta meta, los objetivos generales de Codehcom son:

- Aportar a la construcción de una esfera pública (o ámbito público) que promueva el derecho a la comunicación y reconozca a todos los individuos como ciudadanos; esto es, sujetos reales de derechos.
- Contribuir al debate por otro modelo de comunicación, al desarrollo de proyectos de comunicación del campo nacional, a la articulación de los medios y organizaciones populares y ser partícipes de la construcción de la comunicación pública, sindical y social.
- Impulsar principios y buenas prácticas para que los medios públicos sean realmente públicos y amplíen las posibilidades de la libertad de expresión para todos en línea con estándares internacionales de calidad y transparencia.

Conforme lo dicho, algunas precisiones:

Codehcom dirigirá sus mejores esfuerzos a los hombres y mujeres de alguna manera organizados, es decir, a los trabajadores, sus sindicatos y centrales obreras. Asimismo, a los trabajadores y desocupados

que se agrupan en las organizaciones sociales y de la economía popular, los socios de las cooperativas de servicios y de trabajo, los trabajadores de las empresas recuperadas, los pequeños y medianos empresarios agremiados. Reconociendo al mismo tiempo a los pueblos originarios en su condición de pueblos que antecedieron a la Nación, con sus lenguas, costumbres y prácticas culturales.

Codehcom se propone dialogar con las personas con discapacidad, los agentes de salud, la comunidad educativa, los migrantes, las expresiones de género, el colectivo LGBTI y todas las expresiones que en forma organizada expresan la diversidad social.

Codehcom cree firmemente en la construcción colectiva de conceptos y sus prácticas. Por tal motivo, planificará su accionar a partir de metodologías que, además de que priorizar el trabajo colectivo y solidario, permitan hacer de cada ciudadano organizado un defensor del derecho humano a la comunicación y, a la vez, un comunicador responsable en condiciones de ejercer su tarea con un pensamiento crítico y respetuoso de la verdad y la diversidad.

¿Quiénes somos y de dónde venimos?

Codehcom es una asociación civil integrada por ciudadanos provenientes de experiencias plurales, intersectoriales y transdisciplinarias de la diversidad.

Quienes integramos este colectivo provenimos de la militancia social, del trabajo territorial y de ámbitos sindicales, educativos, estatales y académicos.

Desde esta diversidad, somos parte de un largo proceso histórico de articulación entre actores de la comunicación popular, que cristalizó en 2009 en la promulgación de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), que impulsara la, por entonces, denominada Coalición por una Radiodifusión Democrática (CRD). Este cuerpo legal (desguasado pero no derogado de manera integral) promueve la desconcentración de los medios con posición dominante, estimula el desarrollo de nuevas plataformas de comunicación (cooperativas, comunitarias, pequeñas y medianas empresas, universitarias, entre otras) que complejizan, diversifican y pluralizan el escenario de medios en la Argentina.

Por otro lado, quienes integramos Codehcom no somos un grupo de iluminados, ni una vanguardia esclarecida, simplemente somos una expresión que se reconoce partícipe de los hechos más importantes de las últimas décadas en el plano de la comunicación popular, conscientes que existen muchísimos más sujetos y actores sociales y, precisamente por eso, con voluntad para articular con todos ellos.

¿Dónde estamos?

Codehcom reconoce y valora la preexistencia de valiosas iniciativas comunicacionales, impulsadas y producidas desde el campo popular con perspectivas similares a las de Codehcom –como la Coalición por una Comunicación Democrática– cuyo mayor valor es el de haber sostenido una actitud de compromiso constante hasta estos tiempos. Gracias a ellas, Codehcom podrá enriquecer sus propuestas. La idea es simple, para cumplir metas de largo plazo es preciso sumar esfuerzos.

Quienes integramos Codehcom reconocemos que la LSCA constituyó un avance significativo en materia de derecho a la comunicación, porque no sólo favoreció la consolidación de procesos iniciados desde distintos actores populares sino que además facilitó transformaciones en el sistema de producción y distribución de contenidos. La posterior ley de Argentina Digital intentó hacer una contribución complementaria para avanzar en la inclusión digital, pero al no contar con una elaboración participativa de los sectores involucrados no alcanzó la masividad necesaria para articularse con la LSCA e insertarse en la sociedad.

No obstante, algunos retrasos, errores de todo tipo y falta de convicción política sobre la relevancia de desplegar estas otras plataformas de comunicación –tal como se desprendía del texto de la ley– dejaron el proceso de la gestión anterior inconcluso. Así, los actores del campo popular de la comunicación quedaron a la defensiva ante el renovado avance de la estrategia neoliberal y el agravamiento de un modelo corporativo concentrado y abierto a lógicas predatorias del capitalismo internacional. Al mismo tiempo, no hubo, por parte de quienes ejercían la conducción política, la escucha suficiente y necesaria para atender los llamados de alerta de la sociedad, representada por la CCD. Tampoco, para dar respuesta a las demandas de acciones reales y efectivas que permitieran avanzar hacia la concreción

operativa de objetivos comunicacionales que consolidaran los avances discursivos en la materia.

En el marco de la nueva gestión de la Alianza Cambiemos, Codehcom entiende que las definiciones adoptadas por el Gobierno en materia audiovisual y de nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) marchan por el camino inverso a la inclusión, la democratización y la desconcentración de medios y plataformas; contradicen los postulados básicos de la LSCA y atentan contra el derecho a la comunicación, entendido como un derecho humano fundamental. De todos modos, Codehcom, reconociendo la legitimidad de origen del actual gobierno, adoptará las medidas que en el marco de la democracia considere más pertinentes para promover y defender los valores que impulsa.

¿Qué se propone Codehcom?

En el escenario actual, la dispersión de los pequeños y medianos actores de la comunicación popular y la debilidad estratégica de la comunicación de los sujetos sociales del campo nacional es, al mismo tiempo, un límite para la incidencia cultural y una gran oportunidad para la innovación política, organizativa y comunicacional. La mediación empresarial concentrada y transnacionalizada, como forma de circulación principal de los discursos, interfiere las agendas populares que necesitan del encuentro horizontal y la escucha de sus problemas para traducirse en líneas de comunicación y de acción.

Codehcom apuesta por la construcción colectiva; es decir, a las prácticas que hagan posible el ejercicio del derecho humano a la comunicación para todos los argentinos. La defensa del derecho sólo será posible en tanto la sociedad reconozca y construya esa posibilidad. De todos modos ejercerá el rol de un organismo de Derechos Humanos, complementario de los existentes y abocado específicamente a la promoción y defensa del derecho humano a la comunicación.

Codehcom no es una herramienta político-electoral ni la expresión de un único sector político partidario. Pero por sus raíces y fines, Codehcom asume su pertenencia al Proyecto nacional, democrático, popular y latinoamericano; y comprometerá sus herramientas y conocimientos comunicacionales a favor de la unidad.

TENDENCIAS PELIGROSAS

Por **Alcira Argumedo**¹

Si se afirma que pensar la política nacional sin considerar el escenario internacional supone hacer política parroquial, esta afirmación se refuerza ante la magnitud de los desafíos y las tendencias altamente peligrosas que se presentan a nivel mundial y, en ese marco, la grave degradación sufrida por nuestro país desde la dictadura militar.

Los cambios en la escena mundial

A grandes rasgos, con una mirada histórica de mediano y largo plazo, es posible apreciar la magnitud y celeridad de las transformaciones que se fueron sucediendo desde el fin de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días; transformaciones que permiten afirmar que estamos ante el cierre del ciclo de la Edad Contemporánea y los inicios de una nueva edad de la historia. Entre 1945 y comienzos de los años 70, en el contexto de un esquema bipolar de poder hegemonizado respectivamente por Estados Unidos y la Unión Soviética, se despliega la Revolución del Tercer Mundo. Casi el 80% de la población mundial, sometida durante más de cuatro siglos a los dominios coloniales o neocoloniales de los países del Occidente central, inician los procesos de liberación nacional y social, la descolonización de vastos territorios y el surgimiento de gobiernos populares en América Latina, que cuestionan con mayor o menor dureza la hegemonía de las potencias occidentales y en especial de Estados Unidos en la región.

La experiencia argentina marcada por el 17 de octubre de 1945 y las elecciones de 1946, se irá conjugando, entre otros, con el triunfo

1. Socióloga. Docente universitaria e investigadora del CONICET. Diputada Nacional MC.

de Gandhi en la India, 1947; Sukarno en Indonesia, 1948; Ho Chi Minh en Vietnam, 1948; Mao Tse Tung en China, 1949; Envar Hoxha en Albania, 1950; Nasser en Egipto, 1952; Nyerere en Tanzania, 1955; Lumumba en Congo, 1959; Kenyatta en Kenya, 1959; junto a otros líderes africanos que sería largo enumerar, en un proceso que culmina con la independencia argelina en 1962. En América Latina, destacan Arévalo en Guatemala, 1944; Vargas en Brasil, 1945; crecen Gaitán en Colombia y el Partido Ortodoxo en Cuba, 1946; triunfo del MNR en Bolivia, 1952; revolución cubana, 1959.

Con avances y retrocesos, triunfos y derrotas, consolidación de los procesos y asesinatos de líderes, esta revolución política de Asia, África y América Latina, se acompaña de un movimiento intelectual que reivindica el carácter integralmente humano de todos los seres humanos, hasta entonces negado por la cultura occidental dominante; la reivindicación de la dignidad de sus identidades étnico-culturales y de sus saberes y tradiciones, largamente despreciados por la idea que la "cultura universal" era solamente la cultura occidental, con las concepciones de civilizados y bárbaros. Si los aportes del movimiento africano de la negritud tiene fuerte influencia en el movimiento negro de Estados Unidos, en el campo de la comunicación, este proceso se manifiesta en el debate en UNESCO sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y las Comunicaciones que culmina con el Informe McBride: "Un solo mundo, voces múltiples". Una revolución política que, por su magnitud, es equivalente a la Revolución Francesa del siglo XVIII y un movimiento intelectual equivalente a lo que fuera la Ilustración y los nuevos valores que acompañaron esa revolución.

En este proceso decaen el imperio británico, el francés, el holandés, el belga y el del Sol Naciente de Japón, que deben subordinarse a la hegemonía norteamericana; y se afectan núcleos decisivos del poder de las potencias: las Naciones Unidas y otros organismos internacionales pasan de 54 a 180 miembros; la nacionalización de los yacimientos de petróleo lleva a la formación de la OPEP, que en 1973 determina un aumento de los precios de crudo del 400% y pone fin al desarrollo capitalista basado en energía barata, detonando una crisis en los países centrales que se extenderá hasta fines de esa década. Hacia esos años, Estados Unidos debe aceptar su derrota en la guerra de Vietnam y se repliega del continente asiático en favor de China y la URSS.

Ante este panorama de retroceso occidental, que se conjuga con un avance soviético y de las naciones periféricas, a comienzos de la década de 1970, los gobiernos de Richard Nixon y Gerald Ford, bajo la conducción de Henry Kissinger, inician una estrategia de restauración conservadora en gran escala, traducida en una ola sincrónica de dictaduras militares con terrorismo de Estado en América Latina, en África y en países menores de Asia. La magnitud de la represión logra quebrar las resistencias en la mayoría de estas naciones y hacia el final de la década, el aumento adicional del petróleo —en seis años se ha incrementado en un 1.000%— hace viable el costo de nuevas tecnologías de avanzada, dando inicio a la Revolución Científico-Técnica. El mundo de múltiples voces volverá a tener una sola voz dominante.

Contando con este poderoso instrumento en el campo civil y militar, en 1981 el gobierno Reagan profundiza la estrategia restauradora lanzando la Guerra de las Galaxias contra la URSS y una reconversión tecnológica en gran escala, que va a quebrar la resistencia de los trabajadores en el marco de un renacer del neoliberalismo. Su triunfo en esa Tercera Guerra Mundial, con la caída del Muro de Berlín en 1989, genera la euforia del “fin de la historia” y el “triunfo final del liberalismo”, con el comienzo de la globalización neoliberal. Pero a inicios del siglo XXI esa euforia tiende a debilitarse: la caída de las Torres Gemelas es un símbolo, que se acompaña del surgimiento de China como una nueva potencia que, en alianza con una Rusia reconstruida, conforman un nuevo bloque de poder mundial.

La magnitud de la nueva demanda china (400 millones de personas con alto consumo, además de otros 900 millones que van saliendo de la pobreza) sumado a los niveles de crecimiento que exhibe desde comienzos del siglo XXI, favorecen un alza en los precios de commodities que, a su vez beneficiará, hasta la crisis del 2008 y los años sucesivos, a los nuevos modelos primarizados de extractivismo en América Latina. No obstante, a partir de entonces se hará cada vez más evidente que la crisis mundial, que no logra revertirse al margen de ciertos picos de crecimiento, es una crisis de sobreproducción por carencia de demanda. Después de casi tres décadas de globalización neoliberal, que produjo un incremento exponencial del desempleo y la pobreza, especialmente en el sector occidental, se hace evidente el fracaso de esta dinámica ante los altos costos sociales y económicos, aún en los

países centrales: Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Alemania y las naciones del Este europeo. Según datos del Banco Mundial y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, el 47% de la población del mundo se encuentra en condiciones de indigencia; y si se suma la pobreza (menos de seis dólares diarios por persona) la proporción supera el 75%: el 20% o 25% restante es un mercado excesivamente restringido para el salto en el incremento de la producción, vinculado con las nuevas tecnologías y la presencia de la producción china.

Mientras China orienta políticamente la dinámica económico-financiera (control estatal del sector de finanzas, del comercio exterior, de las áreas estratégicas de su economía, de las universidades y los sistemas científico-técnicos) lo cual le permite un control decisivo para reorientar sus estrategias a mediano y largo plazo, en el sector occidental la globalización es liderada por corporaciones y bancos, imponiendo una dinámica anárquica que tiende a superar la crisis echando nafta al fuego. Las políticas del FMI y similares promueven una baja de los costos laborales; es decir, creciente disminución de la demanda y mayor precarización, pobreza y desempleo, mientras impulsa una reconversión tecnológica salvaje: la Ford Argentina produce hoy con 2.500 trabajadores, más que en los años 70 con 12.000 trabajadores; lo cual se extiende a las más diversas áreas de la actividad económica y social. De esta manera, se exagera una crisis social descomunal, que es una de las tendencias altamente peligrosas de la escena internacional.

Crisis que se agrava por la disputa entre potencias y corporaciones para el control de recursos y territorios estratégicos. En la actualidad, hay cinco guerras en el mundo árabe y siete en África, que aparecen como guerras civiles o religiosas, pero detrás de cada bando están las potencias o sus corporaciones. Esto genera migraciones desesperadas desde el este y el sur que presionan sobre Europa, donde son considerados "nuevos bárbaros" y, sumado a las consecuencias de la globalización neoliberal, alimentan las visiones racistas y xenóforas, con un marcado crecimiento del nazismo y el fascismo, mientras tienden a desintegrarse los partidos políticos tradicionales. Por su parte, UNICEF informa que en esas guerras crecen 250 millones de menores de 18 años, de los cuales un 20% van a sufrir desequilibrios psicológicos graves, en su mayoría irreversibles: locura de guerra con gran desprecio a la propia vida y la de los otros. Son las bases del

islamismo radical, que encuentran en dar muerte a los infieles y en la propia inmolación en nombre de Alá, el sentido de sus vidas. A ellos se unen los hijos de inmigrantes de las ex colonias, duramente discriminados por sus antiguos amos: sólo basta analizar el origen de quienes han protagonizado los distintos atentados en los últimos años.

Estas crisis se conjugan a su vez con una gravísima crisis ambiental, traducida en el calentamiento global y en la creciente contaminación del agua, las tierras y el aire, con efectos en sucesos meteorológicos extremos, cuyas manifestaciones presenciamos a nivel mundial: huracanes de intensidad; olas de frío polar o de calor agobiante; sequías; incendios; inundaciones y similares; que exhiben un carácter inédito. Los encuentros internacionales como el de París en 2015, y otros, marcan la magnitud del peligro; pero Donald Trump – Estados Unidos es uno de los mayores responsables– considera que es un invento de los chinos y se retira de las reuniones, promoviendo la producción de combustibles fósiles, de mega minería a cielo abierto o de transgénicos con agro-tóxicos, cuyo papel principal en este fenómeno está fuera de discusión.

Crisis social, crisis económica, crisis política, crisis financiera, crisis ambiental, cuya confluencia da cuenta de una crisis mundial de carácter civilizatorio, tan o más grave que la de 1930. En esa etapa se plantearon dos grandes intentos de superación: una redistribución en gran escala de la riqueza (New Deal de Franklin Roosevelt) y la promoción del desarrollo armamentista (Hitler) que culminaría en la Segunda Guerra. El principal problema para quienes promueven la actual dinámica de globalización neoliberal es la existencia de una población sobrante absoluta, que ronda los 4.000 millones de personas en el mundo: no les sirven como mano de obra por la reconversión tecnológica y tampoco como consumidores, dados sus niveles de pobreza e indigencia; al mismo tiempo, son un peligro potencial para su dominio.

Argentina en la restauración conservadora

La estrategia de restauración conservadora que nos incorpora en la ola sincrónica de dictaduras militares en América Latina marcó para nosotros un dramático punto de inflexión histórica, que da inicio a un proceso de degradación económica y social sin precedentes. La teoría

del “satélite privilegiado”, de Henry Kissinger, planteaba la necesidad de concentrar la producción industrial en Brasil y desde allí, eliminando las barreras arancelarias, garantizar a las corporaciones transnacionales un mercado de alcance regional, sin inaceptables políticas proteccionistas. Con ese fin, Argentina debía desindustrializarse: la eliminación de la industria y su vuelco hacia su tradicional modelo de producción primaria cumpliría un doble objetivo: facilitar la expansión de las corporaciones y debilitar la fortaleza de los trabajadores, que se había demostrado durante los dieciocho años de resistencia peronista. Objetivos que serán totalmente cumplidos durante los años noventa del menemismo: la más grande traición que sufriera el pueblo peronista en su historia, favorecida por el clima internacional del triunfo final del neoliberalismo luego de la caída del Muro de Berlín.

Si los pueblos se dominan por la espada o por las deudas, la dictadura militar con la estatización de la deuda privada de Cavallo, sentó las bases de ese dominio. En nombre de la necesidad de pagar esa deuda fraudulenta, la política de privatizaciones habilitó un saqueo descomunal de la riqueza nacional y la destrucción del potencial productivo del país a gran escala, en favor de corporaciones y bancos locales y extranjeros. Sin que los gobiernos que lo sucedieran pudieran revertir esa dinámica, las cifras son elocuentes. En estos cuarenta años, se destruyeron el polo industrial ferroviario, el polo industrial naviero, el polo industrial aeronáutico, fabricaciones militares, el sistema ferroviario nacional y la flota mercante y naval. Se entregó la industria petrolera y se destruyó el tejido de Pymes nacionales que concentran la mayor proporción de empleo industrial; se privatizó la empresa estatal telefónica, que ya tenía planteada la reconversión tecnológica; y tantas empresas públicas más, entregadas a valores indignantes. A modo de ejemplo, Jorge Triaca padre y María Julia Alsogaray vendieron Somisa a Techint por 150 millones de dólares, cuando su cotización real era de más de 3.000 millones: uno solo de los múltiples ejemplos del saqueo. Como todo modelo político y económico conlleva un modelo de comunicaciones e información, la extranjerización y concentración de la economía fue acompañada de una equivalente concentración de los medios de comunicación.

Como contrapartida, se fue instalando un modelo primario extractivista altamente depredador y contaminante. La producción de

transgénicos (soja y similares) con utilización intensiva de glifosato y otros, pretende ignorar que estos agrotóxicos son cancerígenos y producen malformaciones en los embriones humanos. Ante el silencio de gran parte de políticos y científicos, los organismos internacionales advierten sobre estas producciones: la OMS ha establecido que el glifosato es cancerígeno; y la FAO ha premiado experiencias que demuestran que el maíz orgánico rinde solamente un 5% menos que el transgénico, pero con un costo 73% inferior y una ganancia 50% mayor; sin contar el costo adicional de los desmontes, que están generando gravísimos problemas, como vemos en Salta. La mega minería a cielo abierto ha sido prohibida por el Parlamento Europeo en todo el territorio de Europa (555 votos a 8) por evaluar que tiene “consecuencias catastróficas e irreversibles”. El método del *fracking* para la explotación de petróleo y gas no convencional ha sido prohibido en varios países europeos y en más de 400 condados en Estados Unidos, por sus graves consecuencias para la salud humana y la contaminación del aire, las tierras y el agua. En síntesis, las corporaciones nos han condenado a lo que llaman “tierras de sacrificio”: territorios que luego de algunos años de explotación, quedan transformados en verdaderos páramos contaminados, inútiles para cualquier tipo de producción y totalmente inhabitables.

En términos sociales, los datos son contundentes: en 1974, más del 90% de los trabajadores estaban en blanco y cubiertos por derechos sociales, con un 3% de desocupación, mientras la pobreza era del 7%. Hoy solo el 46% está en blanco —en los menores de treinta años es el 25%— y el resto está en negro, desocupado o con planes sociales. El desempleo ronda el 9%, pero si se agregan los inactivos en condiciones de trabajar, ronda el 20%, que es la desocupación real; mientras la pobreza ha crecido al 32%. La degradación del sistema educativo público —que ha dado tres Premios Nobel en Ciencias— iniciada con la dictadura, seguida por el menemismo y extendida por el actual gobierno, no es casual: si se trata de marginar a una gran parte de la población, no se les debe dar el poder de la educación; porque si la información es poder, la educación es mayor aún, como capacidad de incorporar y procesar información y conocimiento.

En este contexto, ha crecido significativamente el poder del mensaje de los medios. Al respecto, una “ley” de las comunicaciones

indica que la capacidad de incidencia de esos mensajes es inversamente proporcional al grado de vitalidad y organización del tejido social. Nuestra experiencia lo prueba: durante los dieciocho años que siguieron al golpe de 1955, pocas personas han sido tan vilipendiadas por los medios como el general Perón. Pero los sectores populares estaban integrados y organizados (en blanco, bajo desempleo y bajos niveles de pobreza, además de su organización barrial y en los lugares de trabajo). Esta integración permite que, cuando llegan los mensajes de los medios, se analizan, se debaten y emerge una comunicación alternativa que los neutraliza. En contraste, la desarticulación de los lazos sociales que ha generado la degradación del país habilita ese poder relativo mayor que han venido adquiriendo los medios. Nuestro desafío es potenciar la reorganización social, aportando información y formas de comunicación que permitan enriquecer esa comunicación alternativa, destinada a neutralizar el mensaje de los grandes medios y participar del debate sobre un proyecto nacional capaz de revertir nuestra dramática actualidad.

COMUNICAR PARA EL KÜME FELEN

Por **Verónica Azpiroz Cleñan**¹

Argentina hace memoria del genocidio de los años setenta pero elige olvidar el genocidio previo del pueblo mapuche durante la Conquista de Roca.

Los medios de comunicación, ayer y hoy, ejercen un control social para bendecir o descalificar a quienes pretendan cuestionar el *statu quo*. Hoy, el diario *La Nación* es quien promueve la venta de niños y niñas mapuches, arrancados de su familia y de su territorio como sirvientas/es para las mujeres porteñas de alta alcurnia. Hoy, el diario *Clarín* y su multimedio dominante es quien descalifica las recuperaciones territoriales de jóvenes mapuches, los burla, los ubica en el lugar del mal salvaje y construye para la tribuna una ficción de peligro terrorista con imágenes de hachas, martillos, tenazas y hoz.

La pulsión de intolerancia de las lenguas indígenas y sus culturas es un rasgo estructural de la ciudadanía argentina. Este Colectivo por el Derecho Humano a la Comunicación es una oportunidad para mostrar un espejo donde el campo popular niega mirarse.

¿Por qué negarlo? ¿Por qué no atreverse a mirar el espejo y reconocer lo que el aparato de dominación cultural hegemónico ha producido en 150 años desde la Generación del ochenta, nada más y nada menos que un Estado racista sostenido por prácticas, creencias, políticas y programas racistas? Un proyecto de única nación monolingüe que se forjó sobre la negación, la invisibilización y el silenciamiento de más de 28 pueblos originarios pre existentes con sus lenguas vivas mostró en el 2017 que es un proyecto inviable (caso Maldonado y caso Rafael Nahuel); o es viable solo a fuerza de nuevos genocidios.

1. Lic. en Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Lof Epu Lafken, Los Toldos, Bs. As.

La represión en Cushamen y el Lago Mascaradi evidencian la racialidad de las prácticas represivas. Ayer eran judíos y comunistas, hoy mapuches y ambientalistas. Las escuchas telefónicas y los mensajes entre gendarmes para referirse a lo mapuche es de un racismo arraigado en lo personal y reforzado por lo institucional. El diálogo entre los gendarmes decía: “Si se perdieron los binoculares de los indios, es preferible que se los haya comido una vaca mía, que no se haya extraviado por ahí”, dando por sentado que es válido apropiarse de los bienes mapuches o si eran mapuches no podían tener binoculares.

En la otra gran represión en Mascaradi, en el Lof Lafken Wigkul Mapu, se escuchó: “Así que te gusta la tierra... eh, bueno, ahí tenés (el prefecto echaba tierra en la boca para que la comiera una joven mapuche de 16 años en proceso de ser guía espiritual y sanadora)”, luego comieron todo lo que había de alimentos en la recuperación y lo tiraron al suelo hasta que llegaron los refuerzos y repetían “comida de indios... jajaja... falta el cordero...” haciendo alusión a que eran pobres (jóvenes de la barriada de Bariloche) y que no eran siquiera mapuche crianceros/as.

El medio pelo argentino o el medio facho argentino se forjó en una escuela pública sarmientina, monolingüe castellana, que se pretendió europeizante y blanqueada. De la galera de un mago no surgió el medio pelo argentino. Y acompañando este proceso surgió también la elite conservadora argentina de doble moral con los Peña Braun, los Patrón Costa, los Martínez de Hoz, los Bullrich, quienes nunca pudieron digerir los movimientos emancipadores de los sectores populares.

Pero en los sectores populares también racializan: “No te portes como un indio”, escucha un niño/a a edad temprana de su madre cuando hace travesuras: “Pareces un indio”, cuando anda el niño/a jugando con tierra o trepando árboles, y no faltan los y las adolescentes en los barrios populares que utilizan como insulto “muy indio” para denotar a alguien que “se pasó de pobre” y tiene mirada penetrante como sacando fuego por los ojos.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue una gran promesa para el movimiento social y es necesario poder evaluar la aplicación de ésta para la sociedad civil, y en particular para los pueblos originarios.

El proceso de participación en la elaboración de la Ley fue uno de los procesos más democráticos que se dieron en la post-dictadura. Sin embargo, esta letra escrita y aprobada dependió de voluntades de funcionarios políticos formados en las mismas escuelas de corte colonialista, en las mismas universidades europeizantes, negacionista de conocimientos y saberes locales. La aplicación de algunos programas y planes fueron “concesiones” a las demandas concretas. No hubo simetría en la aplicación de la Ley.

La estructura gubernamental tiene y tuvo funcionarios que no se formaron en universidades coloniales, o indígenas y tampoco recibieron algún tipo de actualización profesional, por lo cual el acento estuvo puesto en que el mundo indígena asimilara la tecnología, manejara “los fierros”, pero nadie debatió el contenido de la comunicación, el modelo de comunicación, las lenguas del sistema de comunicación, nacional o plurinacional, ni para qué queríamos producir o difundir contenidos culturales propios de los pueblos originarios. Es decir, no se construyó el sentido político de la comunicación indígena o de los pueblos originarios.

La vigencia de algunas lenguas originarias depende de políticas de revitalización lingüísticas donde los medios de comunicación son parte estructural para producir materiales, difundir, promover, revitalizar, publicar y sin embargo no hubo conciencia de que los medios propios eran vitales para ese objetivo: para que una lengua en retracción vuelva a estar vigente. Y en ese lapso se perdieron dos lenguas: lule-vilela.

El otro gran fracaso de lo que se denominó la Comunicación con Identidad fueron los programas de cada ministerio y secretaría destinados a pueblos originarios. Fueron elaborados y difundidos en lengua castellana, desde una única visión occidental. Tal es el caso de los programas de salud sexual y reproductiva que contenían normas, concepciones y visiones muy opuestas a cómo se concibe la sexualidad, el nacimiento o el parto desde la creencia y mirada indígena. Reforzando las barreras de acceso a la salud, a la educación, a los derechos colectivos que son específicos en el caso indígena.

En el caso del diseño de políticas públicas destinadas a pueblos originarios fueron centralizados desde los ministerios sin la participación de la ciudadanía que habla otras lenguas. Los y las funcionarios/as

no sabían esas lenguas y no querían y no quieren aprenderlas. Entonces, ¿de qué forma se hace pertinente o adecuada culturalmente una política pública en un territorio que no habla o mal entiende el castellano?

Salvo en las provincias del NEA, el tema pueblos originarios no aparece en los programas de los partidos políticos. La derecha mediática nos configuró nuevamente sin palabra, sin voz. Muestra de esto fue el tratamiento para el dirigente qom Félix Díaz, cotizado en alza como un opositor a la gestión kirchnerista. Eligieron mostrar un indio, hombre, sin dientes, con poca capacidad de hablar en castellano, lo mostraron corto, de razonamiento lento, casi ingenuo, pobre, sin recursos y con algunos clichés en su vestimenta que daban cuenta de que “era uno de verdad” (no era un *flogger*). Y lo modeló de tal manera el grupo de comunicación monopólico que hasta el mismo dirigente se creyó el personaje y así, como en Hollywood, preparó su entrega al neoliberalismo institucional.

Al momento de su encuentro con Macri, no estaban sus pares, sólo había un par de fotógrafos, pero no estaban las masas de originarios construyendo poder ni autonomía política. Hoy preside el Consejo Consultivo Nacional —que no consulta nada— en la estructura burocrática del Estado, en el Ministerio de Justicia lidiando con otra estructura del Estado: el vaciado INAI, dentro del Ministerio de Desarrollo Social.

Con el caso Santiago Maldonado, la comunicación hegemónica preformateó al pueblo mapuche como indómito, salvaje, desafiante, irrespetuoso, provocador. Los medios de comunicación no sólo no promovieron un debate acerca de la nación mapuche, acerca de lo que es sagrado o para quién lo es, acerca de la injusta distribución de la tierra, de la extranjerización de ésta, de la necesidad de repensar o refundar el mismo Estado, sino que corearon lo que a un ciudadano porteño medio pelo argentino le gusta rumiar: la burla hacia él o la campesina mapuche.

En muchos medios de comunicación intentamos mostrar, escribir, debatir acerca de nuestras propuestas políticas territoriales, ambientales, sanitarias, educativas, pero nadie abrió el espacio (salvo honrosas excepciones) porque no garpa “escuchar indios” y menos

mostrarlos si no responden a los estereotipos que ellos mismos construyeron sobre nosotros.

Comenzamos a vivir con las redes sociales una especie de bo-xeo lingüístico castellanizado para ver quién da el primer *nock out*. La palabra dejó de ser florida. Ante este escenario de alta tensión social, volvemos a mirarnos y reconocernos humanos, ante todo. Por eso nos proponemos compartir con comunicadores y periodistas nuestros saberes en términos de simetría, de respeto para que nos conozcan y de deconstruir los estereotipos de la sociedad hegemónica.

Una forma de despertar o despabilar del discurso integracionista es la participación de nuestra gente en el movimiento social que se pretende contra-hegemónico. Nosotros tenemos la pretensión de liberación. Nosotros somos un yo nosotros con el agua, viento, fuego y la tierra.

La ciudadanía plurinacional se teje con un sistema de comunicación plurinacional que dé cuenta de la existencia de las doce lenguas indígenas, que dé cuenta de las formas de entendimiento ancestral, que dé cuenta de las formas en que concebimos el poder, la producción, la distribución, la convivencialidad, la sacralidad, la vida humana, el tiempo y la vida planetaria, que dé cuenta de que nos comunicamos para hacer proteger y hacer vivible la vida en el territorio para el *Küme Felen* (buen vivir-vivir bien).

COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN Y DISCAPACIDAD

Por **Mónica Bianchi**¹

Uno de los principales problemas que tenemos las personas con discapacidad (PcD) es tanto la falta de información respecto a nosotros mismos (cuántos somos, cuáles son nuestros derechos, qué tecnología hay disponible, leyes que nos competen, etc.) como la falta de comunicación desde y hacia las PcD, entre las organizaciones sociales que brindan apoyos y servicios y, en especial, desde y hacia el Estado. Esto nos ubica, sobre todo en el interior del país, en un marco de aislamiento y desconocimiento que afecta tanto nuestro desarrollo y crecimiento como seres humanos como al entorno familiar y social en el que convivimos.

Por otro lado, y dado que la comunicación se manifiesta en todas las direcciones, necesitamos hacer conocer al mundo quiénes y cómo somos. En general, nuestra sociedad aún no nos ha aceptado del todo. La falta de información hace que todavía la discapacidad sea algo tipo “de eso no se habla”. La buena voluntad de las personas y su falta de información producen reacciones que a veces son hasta graciosas: gritarle a un sordo; cruzar un ciego que está parado en una esquina asumiendo que realmente quiere cruzar y no que espera a alguien; ver una persona con bastón verde y creer que nos está engañando porque ve; empujar una silla de ruedas eléctrica creyendo que es liviana... Muchas de estas situaciones se dan todos los días. ¡Y ni hablar de darnos trabajo! Lo más frecuente es que se pregunten: ¿y a éste como lo trato?

La adhesión de nuestro país a la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad ante la ONU y su ratificación y otorgamiento

1. Presidenta de Agrupación Camino a la Integración Social. Co-fundadora del Consejo Consultivo de la Discapacidad. Diputada de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires MC.

de jerarquía constitucional mediante las leyes 26.378 y 27.044 cambiaron el enfoque socio-cultural de la temática: la discapacidad salió de la órbita de Salud, donde desde siempre se la ha ubicado, para pasar a ser un tema de Derechos Humanos. Este cambio de paradigma ha posesionado a las personas con discapacidad como sujetos plenos de derecho.

La propia Convención establece el derecho a la comunicación y a la información de las Personas con Discapacidad, a fin de que puedan vivir en forma independiente y participar plenamente en todos los aspectos de la vida en igualdad de condiciones que los demás, mediante la disposición de todas las tecnologías, ayudas, sistemas y dispositivos adecuados que garanticen la accesibilidad a los medios de comunicación e información. Enumeramos algunos conceptos de esta Convención:

Los Estados Parte, en la presente Convención:

- Reconociendo la importancia de la accesibilidad al entorno físico, social, económico y cultural, a la salud y la educación; y a la información y las comunicaciones, para que las personas con discapacidad puedan gozar plenamente de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales.

Definiciones, a los fines de la presente Convención:

- La “comunicación” incluirá los lenguajes, la visualización de textos, el Braille, la comunicación táctil, los macrotipos, los dispositivos multimedia de fácil acceso, así como el lenguaje escrito, los sistemas auditivos, el lenguaje sencillo, los medios de voz digitalizada y otros modos, medios y formatos aumentativos o alternativos de comunicación, incluida la tecnología de la información y las comunicaciones de fácil acceso.
- Por “lenguaje” se entenderá tanto el lenguaje oral como la lengua de señas y otras formas de comunicación no verbal.

Los Estados Parte se comprometen a:

- Empezar o promover la investigación y el desarrollo, y promover la disponibilidad y el uso de nuevas tecnologías, incluidas las tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Proporcionar información que sea accesible para las personas con discapacidad.
- Alentar a todos los órganos de los medios de comunicación a que difundan una imagen de las personas con discapacidad que sea compatible con el propósito de la presente Convención.
- Asegurar el acceso de las personas con discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios.

En tal sentido, tanto la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como la ley de Web Accesible reconocen este derecho humano a la comunicación y establecen la obligatoriedad de emitir información en forma accesible para PcD, como así también las leyes y tratados internacionales garantizan la no discriminación de estos ciudadanos en cualquier medio.

Sin embargo, y a pesar de tanta letra escrita, no existe en la actualidad la total accesibilidad por parte de las PcD. Veamos algunos ejemplos:

- No todos los canales de televisión emiten programas con subtítulo y Lengua de Señas Argentina, y los pocos que lo hacen no cumplen con los criterios mínimos que deberían tener en cuenta. Con lo cual las personas sordas e hipoacúsicas quedan por fuera del ejercicio del derecho de acceso a la televisión.
- Tampoco se ha implementado hasta hoy la audio-descripción en medios audiovisuales para que las personas con discapacidad visual puedan entender los programas, acceder la información y al esparcimiento.
- Ni los diarios digitales ni las páginas oficiales de avisos e información institucional, ni las web de los bancos son diagramados en versión accesible para PcD.
- Los avisos institucionales, sean audiovisuales o gráficos, no están preparados en lenguaje simple y sencillos para las personas con discapacidad intelectual.

Y por ello nos fuimos corriendo del eje que siempre tuvimos, como sociedad, respecto a la comunicación: la televisión, la radio y los diarios han dejado de ser nuestros comunicadores e informantes. Hemos establecido, casi sin darnos cuenta, que las redes sociales, el celular y el boca a boca en las organizaciones sociales afines son los métodos elegidos para estar “enterados de todo”. La tecnología, dispositivos y sistemas nos permiten esta accesibilidad a esas redes. Y se aplica tanto hacia y desde el interior como al exterior de nuestro país: ¡mediante las redes sociales borramos las fronteras!

Esto puede aplicarse a cualquier grupo social. La cuestión es: ¿qué ocurre cuando nosotros, como sociedad, comenzamos a vincularnos a través de las redes sociales en forma instantánea, constante y permanente? Nos comunicamos y accedemos a la información al instante, compartimos ideas, experiencias y opiniones. La consecuencia: nos fortalecemos como sociedad. Y en el caso de las PcD, nos fortalecemos, conocemos nuestros derechos, aprendemos nuevas tecnologías y, juntos, exigimos al Estado la aplicación de políticas públicas que tiendan a mejorar nuestra calidad de vida.

Podemos resumir que este nuevo modelo comunicacional a través de las redes sociales implica, para las PcD:

- un cambio socio-cultural profundo de reconocimiento, integración e inclusión;
- información permanente e inmediata;
- la unión de personas e instituciones de la sociedad civil para un trabajo conjunto que tienda a mejorar la calidad de vida;
- presión conjunta para participar en la elaboración, implementación y contralor de políticas públicas: la desaparición de las fronteras.

En síntesis, si la comunicación es un derecho humano y las personas con discapacidad somos sujetos de derecho, está claro que:

EL ACCESO A LA COMUNICACIÓN,
NO ES EL PRIVILEGIO DE MUCHOS;
ES EL DERECHO DE TODOS.

EL CINE, UNA POTENTE HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

Por **Clara Isasmendi**¹

Desde que nacemos somos comunicadores. Lloramos cuando tenemos hambre y reímos cuando acariciamos la teta que nos alimenta. La comunicación y la expresión están en nuestros genes y es un derecho humano así como el agua, el alimento y tantos otros.

Es necesidad imperiosa la de expresarnos y al mismo tiempo la de ser receptores de la comunicación de nuestros pares. Lo fidedigno o no de la información que se comunica se puede llevar adelante desde diferentes puntos de vista, sensibilidades y visiones de un hecho, o tergiversando el mismo para beneficio propio. La producción de la información y los medios, a través de los cuales se pueden difundir la comunicación individual y colectiva, no pueden ser propiedad de nadie.

El artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 indica que: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

El cine, así como las demás expresiones artísticas y los medios, es una herramienta de comunicación. Una herramienta potente de comunicación. Una herramienta que a través de los sentidos, las emociones, la información... nos lleva a conocer, con pluralidad de voces, lo que sucede aquí y en otras latitudes. Al cine le interesa el conflicto de un individuo y el de la sociedad a la que pertenece.

El mundo del cine nos ofrece un universo apasionante.

1. Docente. Programadora de Cine. Co-directora del Argentina FICiP - Festival Internacional de Cine Político. Miembro del Observatorio de la Riqueza Padre Arrupe, y de Cultura por la Unidad.

El director de cine, el guionista o el productor, eligen un momento de la realidad que les interese, y lo modifican y fragmentan, con una edición acorde a lo que quieren comunicar. Acuden para tal fin a las palabras, los sentidos, las expresiones, las acciones o a las herramientas que impacten con mayor eficacia en el espectador, sin alejarse del objetivo comunicacional.

Al entrar en una sala ya se inicia en cada uno de los espectadores un proceso de implicación que no queda en la pantalla. Se reciben mensajes con puntos de vista y vivencias totalmente amplios, disímiles, donde podremos o no reconocernos.

Cuando comenzamos con el Festival de Cine Político, una de las razones fundamentales fue la de desmitificar la tan bastardeada palabra “político” y aportar para que los espectadores pudieran ver lo que hay más allá de la sala y de la pantalla, para que nos animáramos a mirar detrás del espejo... El cine es una invitación a pensar, a generar compromiso y conciencia. Esto a muchos no les gusta o quieren tener el manejo de lo que podamos o no ver.

Siempre recuerdo a unas señoras que fueron al Cine Gaumont y en la mesa del festival preguntaron qué estábamos proyectando. Al escuchar cine político dijeron: “No, eso no”. Las voluntarias les hablaron de la película que estaba por empezar, les gustó la historia y entraron a la sala, no muy convencidas... Al salir, las señoras dijeron que la película era buenísima pero que teníamos que cambiarle el nombre al festival... y entraron a ver otra película de cine político. Algo habíamos logrado.

El fomento al cine varía de acuerdo a los funcionarios de turno. Cuanta más producción, más realidades, más voces, más inquietudes llegan a las pantallas. Si hacemos números de la producción nos encontramos con que a principios de esta década hubo un fuerte aumento de la producción federal en la Argentina y al mismo tiempo un fuerte incremento de salas y espectadores de cine nacional en todo el país. Actualmente es preocupante la disminución de los fondos de fomento al cine, así como las trabas que se están imponiendo a la producción en contradicción con la Ley del Cine. Esto facilita las producciones comerciales, las cuales no siempre son malas pero acallan la diversidad, dejando en clara desventaja a las realizaciones independientes, no por ello de menor calidad, y que tienen también derecho a ser producidas y proyectadas.

Así como en los medios, el cine también está en manos poderosas, los llamados “tanques”, que hacen que las pantallas estén plagadas de realidades que poco tienen que ver con las nuestras, y tapan las de otras geografías que enriquecerían nuestro conocimiento. Por ende, nos darían la posibilidad de participar activa, individual o colectivamente en nuestra sociedad pudiendo elegir cómo vivir, habiendo sido receptores y productores de una vasta gama de interculturalidad y puntos de vista.

Es un derecho de los hacedores del cine tener el espacio y las posibilidades de expresarse a través de su arte, así como es un derecho humano de los espectadores poder ver en las pantallas producciones nacionales, así como su programación en pantallas digitales.

El cine es un valioso instrumento para la transmisión de la información y al mismo tiempo cuenta con una fuerte incidencia en el empoderamiento del conocimiento.

Esto no sucede sólo en Argentina, es un mal universal manejado por las grandes corporaciones y monopolios que consideran a los medios y a las expresiones artísticas como las herramientas más eficaces para controlar la información y las decisiones geopolíticas del mundo.

El cine es expresión y opinión, el espectador recibe informaciones y opiniones; nos permite el debate y el crecimiento individual y colectivo. En Codehcom el cine será una de las herramientas de comunicación, debate, formación y capacitación.

El cine nos emociona, el cine nos enfurece, el cine nos abre caminos, el cine nos atraviesa, el cine nos alimenta.

Todo nuestro cine (El nuevo cine latinoamericano) tiene una profunda raíz de protesta y fue constante en la resistencia; pero –usando una palabra muy peligrosa y enorme– también es un cine de sueños. Si te preguntás íntimamente por qué esa protesta, por qué corromper los valores de una sociedad injusta, bueno, es para cambiarla. Detrás de todo esto hay un sueño de justicia, igualdad y belleza; un sueño rebelde que no acepta la mediocridad, el conformismo o a esa realidad que, aún teniendo enormes potencialidades, no es lo que tendría que ser... (Fernando Birri)

LA COMUNICACIÓN: DERECHO DE LAS PERSONAS, NO DE LAS EMPRESAS

Por **Karina Luchetti**¹

Pocos años después del fin de la segunda gran conflagración mundial, la Asamblea de Naciones Unidas aprobó y proclamó la Declaración Universal de los Derechos Humanos (DUDH, 1948), cuya elaboración estuvo particularmente informada por las experiencias del fascismo y el nazismo, devastadoras de la dignidad humana. Concluida en un contexto mundial todavía fuertemente signado por el colonialismo, la declaración (que no recibió ningún voto en contra, aunque sí las abstenciones de Arabia Saudita, algunos países de Europa del Este y Sudáfrica) detalla una treintena de derechos considerados fundamentales que representan el “ideal común por el que todos los pueblos y naciones deben esforzarse” en la promoción de su respeto mediante la educación y la enseñanza, y en su reconocimiento y aplicación universales y efectivos. Entre ellos se cuenta el derecho a la libertad de opinión y expresión, plasmado en el artículo 19 de la DUDH, que expresa:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

El esfuerzo diplomático traspasó el carácter declarativo con la adopción de convenciones internacionales posteriores. El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (ONU, 1966) fue el primer instrumento internacional de carácter vinculante en incluir un artículo específicamente dedicado a la libertad de expresión, el cual reitera y particulariza conceptos presentes en la DUDH, a la vez que postula la

1. Comunicadora social. Investigadora en Industrias Culturales y propiedad intelectual.

existencia de responsabilidades especiales y establece los supuestos bajo los cuales es posible el establecimiento de algunas restricciones en el ejercicio de este derecho. Términos similares, pero todavía más beneficiosos al ejercicio de la libertad de expresión, moviliza el Convenio de San José de Costa Rica (oficialmente, Convención Americana de los Derechos del Hombre, 1969) suscripto por países miembros de la Organización de Estados Americanos, el cual expresa claramente que el ejercicio de este derecho no puede estar sujeto a censura previa, sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para asegurar el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas. De forma notable, también establece que no se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, como puede ser el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

De esta manera, la convención americana manifiesta claramente que la protección del derecho a la libertad de expresión no sólo se orienta a impedir la censura estatal, sino también la que resultaría del accionar de actores del sector privado. Además, en ambos tratados queda comprometida la acción positiva del Estado mediante medidas legislativas o de otro carácter que sean necesarias para volverlo efectivo, conforme queda explícitamente establecido por sendas disposiciones que refieren a todos los derechos considerados.

Desde nuestra perspectiva, tales explicitaciones y compromisos son de la mayor relevancia en el contexto actual del desarrollo del capitalismo, caracterizado por un incremento exponencial de la regulación estatal y privada en todos los niveles en tanto medio privilegiado para facilitar la acumulación de capital, que en el sector comunicacional se expresa en inusitados niveles de concentración y centralización de capitales, con impacto negativo en el desarrollo de debates sociales inclusivos, informados y pluralistas.

En efecto, a contramano de la autopromoción del “programa” neoliberal, en el marco de las respuestas a los constreñimientos impuestos por la crisis generalizada, a partir de los años ochenta se abre

una nueva etapa en la regulación de la comunicación. Si bien con diferencias entre las situaciones nacionales, en distintas latitudes, se repiten leyes habilitantes de la privatización de los servicios de radio-difusión y de telecomunicaciones bajo propiedad estatal; se generaliza el constante recambio de marcos legales y administrativos con los que se impedía o limitaba la propiedad cruzada y se contenían las cuotas de mercado que podían alcanzar los prestadores; y se consigue una auténtica globalización de la propiedad intelectual, que es acompañada con una fuerte tendencia a la elevación de estándares de protección y observancia. En definitiva, una multiplicación acelerada de medidas regulatorias que, en su conjunto, han propiciado la conformación y expansión de grandes grupos de la comunicación con posicionamiento global o regional que hegemonizan la oferta de contenidos.

A esto se suma la aparición de un entorno convergente del que participan nuevos actores de la comunicación posicionados en las fases de producción y distribución, pero sobre todo en esta última, de rápido crecimiento y capitalización, con muy buenas valorizaciones financieras, varios de los cuales ya se contabilizan entre los gigantes de la comunicación. Estas empresas son responsables por el desarrollo de nuevos modelos de negocios que, a la par de que desafían funcionamientos canónicos en las industrias culturales y con ello las formas de rentabilidad de tipos completos de actores en las distintas ramas (es decir, considerados con independencia del tamaño de las unidades económicas), explotan, visibilizan y van haciendo atractivas formas de aprovechamiento la economía de red que moviliza Internet, caso de la recolección y utilización masiva de datos de los usuarios. De allí que en años más recientes también surjan toda una gama de nuevos temas en torno al derecho a la privacidad y a su protección razonable, la cual es necesaria tanto para no condicionar el acceso y la difusión de informaciones que son propios de una sociedad democrática, como para no perjudicar la misma emergencia de la expresión, que en determinadas circunstancias puede precisar que las personas consideren que se comunican en entornos seguros o íntimos.

El alejamiento del Estado occidental de las funciones redistributivas y de bienestar social, y su reorientación hacia la facilitación de la internacionalización del capital que se desarrolla en esta fase (por supuesto, con las diferencias nacionales y los reflujos propios de

toda lucha política) también conlleva serias amenazas a los principios democráticos y a la libertad de expresión y otros derechos humanos (libertad de asociación, por ejemplo), cuyo ejercicio es interdependiente.

La necesidad de dar respuesta a toda una serie de nuevas problemáticas de la comunicación que traen consigo estos desarrollos, lo mismo que la voluntad de confrontar con las visiones tecnocráticas y empresarias desde las que se ha promovido el ideario de la “sociedad de la información” pueden considerarse elementos de peso propiciadores del resurgimiento de demandas de formulación de un derecho humano a la comunicación, superadores del derecho a la libertad de expresión que no es raro que se asocie a definiciones acotadas, solo orientadas a funcionar como defensa contra la injerencia estatal.

Sin embargo, no parece estarse cerca de conseguir una definición teórico-jurídica del derecho humano a la comunicación (o derecho humano a comunicar, en su connotación más activa), camino que ya tiene algunos desarrollos muy debatidos. Existe también la posibilidad de que el consenso se oriente a la senda programática que resume la expresión *derechos de la comunicación*, enarbolada en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información por las organizaciones de la sociedad civil para señalar aspectos frustrados del ejercicio de distintos derechos humanos vinculados a la experiencia comunicativa de las personas en general y de determinados colectivos (trabajadores, pueblos indígenas, mujeres, niños, personas con discapacidad); o bien que avance la idea del derecho a la comunicación como “derecho articulador” de un conjunto acotado y razonado de derechos humanos, que no es mera descripción de un campo disciplinar, ni invade la definición de otros derechos, pero clarifica y ejemplifica los entendimientos existentes que describen la libertad de expresión.

A diferencia de lo que sucedía en los años setenta, cuando el llamamiento a la formulación de un nuevo derecho se introducía en la agenda por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, en la actualidad existe un abundante corpus legal, jurisprudencial y doctrinario en los ámbitos nacional, regional e internacional que comprende una variada gama de temáticas, y guía y respalda la defensa de una libertad de expresión en los términos más amplios. Los mismos constituyen referencias imprescindibles para cualquiera de las alternativas que vayan a seguirse y para orientar el trabajo que

emprenda el Colectivo por el Derecho Humano a la Comunicación en su tarea de colaborar en la identificación de problemáticas comunes a grupos enteros de personas y el desarrollo de respuestas jurídicas, teóricas, formativas y comunicacionales que le faciliten a todas ellas su realización personal y hagan posible su participación plena en la producción cultural y la construcción política.

PRODUCCIÓN SIMBÓLICA Y DERECHOS HUMANOS

Por **Marta Riskin**¹

Todas las tradiciones culturales cuentan con múltiples recursos para enfrentar las crisis pero comparten una herramienta para resolver los conflictos personales y comunitarios: la recreación de sus conocimientos y experiencias históricas.

Sin embargo, aún aquellos estudiosos de la cultura global que consideran a Ferdinand de Saussure el inventor de un nuevo modelo de pensar la realidad, suelen olvidar que su gran descubrimiento es la centralidad de la comunicación en la vida humana.

Saussure demostró que cada comunidad se comunica mediante una representación simbólica, compleja y propia de realidad.

Una realidad constituida por un sistema de signos.

Signos que representan creencias, conceptos y sucesos complejos en forma de imágenes, sonidos, palabras.

Signos que involucran emociones y cambian. Cambian en el tiempo y dentro de cada cultura, de modo que una misma construcción de palabras o imágenes es capaz de producir nuevos significados y generar diversos puntos de vista acerca de la realidad.

Así que la realidad siempre es una construcción cultural.

Comprender la realidad requiere estudiar los signos con los cuales nos comunicamos y, desde la primera mitad del siglo XX, muchos discípulos, tácitos o no, de Saussure (Trubetzkoy, Lévi-Strauss, Lacan, Chomsky, Derrida) trabajaron arduamente para entender los mecanismos y formas en que las sociedades producen creencias, ideas y símbolos.

Toda realidad cultural es política y, al igual que otros grandes descubrimientos y conocimientos, tanto fueron aplicados para mejorar la vida humana como para destruirla.

1. Antropóloga y comunicadora.

El control sobre la tecnología facilita a los medios hegemónicos imponer significados ideológicos a los signos y hasta excluir la participación de mayorías o de aquellas minorías que participan de otra “realidad”, manipulando palabras e imágenes y construyendo subjetividades a medida de los intereses de las corporaciones que impulsan, desde el Iluminismo, la restauración conservadora de “lo real” conveniente.

La historia abunda en manipulaciones de contenidos que produjeron “realidades” de horror y cuyas representaciones sobreviven sobre las montañas de cadáveres de sus millones de víctimas.

Aun cuando la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas estableció la obligación de los Gobiernos de promover y proteger los derechos humanos y las libertades fundamentales de individuos y grupos y, a pesar de que en el derecho internacional se incluyen explícitamente entre los derechos humanos, el derecho a la vida y a la libertad, a la educación y al trabajo, a la libertad de opinión y expresión sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión ni discriminación alguna, sus violaciones continúan amenazando al planeta.

La libre circulación de productos simbólicos similares a los que privaron a millones de sus derechos y provocaron sangrientas guerras impulsó a las Cumbres Mundiales de la Sociedad de la Información en 2003 y 2005, a la CIDH de la OEA y al Parlamento Europeo a ratificar la importancia de las libertades de opinión y expresión; y a establecer, como derechos fundamentales para la paz mundial y el diálogo entre los pueblos, el acceso universal a las nuevas tecnologías y a la pluralidad.

En octubre de 2009, la sanción de la ley N° 26.522 de Medios Audiovisuales en el Congreso argentino fue festejada, hasta en los lugares más remotos del planeta, por todos quienes defienden la libertad de expresión y reconocen a la comunicación como derecho humano inalienable y fundamento de la democracia. Una iniciativa que sería profundizada con la ley N° 27.078 de Argentina Digital y la ley N° 27.208 de Desarrollo de la Industria Satelital.

El conjunto de leyes daba voz a invisibles y silenciados, promovía Soberanía Tecnológica y trabajo científico nacional y proponía reflexión y debate.

Como cualquier otra obra humana podían ser perfeccionadas.

Por el contrario, fueron derogadas y no a causa de sus insuficiencias sino porque colocaba a los derechos humanos por encima del negocio, impidiendo la concentración mediática y el monopolio en la distribución de ideas, personajes y productos tóxicos.

Hoy, la comercialización de tóxicos cuenta con signos lingüísticos propios, como el de la posverdad.

Una categoría que invita a renunciar a la verdad y a resignarse a las mentiras que mejor influyan sobre las emociones y que oscurezcan la implementación de políticas beneficiosas, sólo para quienes alardean del demérito de perpetrar sucesivas estafas y engañar al prójimo, a través de la sustitución permanente de mentiras a medida.

Para algunos, como Walter Lippmann, se trata del procedimiento correcto.

El periodista cree que los intereses de la vida económica, social y política deben ser conducidos por una minoría capacitada y hábil para tomar decisiones en nombre de la gente común; seres ignorantes que sólo pueden ser espectadores y a quienes llama despectivamente “el rebaño desconcertado”.

Noam Chomsky considera dicha teoría, como tantas otras de las clases dominantes, la mejor confesión por parte de los medios de comunicación dominantes de que la información que suministran son engaños para adueñarse de la “opinión pública” y disponer a su antojo de una humanidad de inmigrantes en un mundo de desocupados.

Una intencionalidad que logró despojar de su contenido revolucionario a signos como “Cambiemos” o “Todos Juntos” y usarlos para vender desde moda hasta candidatos; u operar durante cierto tiempo con enunciaciones como “grieta” y “cambio del clima” en debates sobre cambio climático y movimientos tectónicos, antes de situarlas en discursos con sentido político.

O bien, con asistencia de *trolls* y ONG “crea conciencia acerca de los riesgos ecológicos” para luego impugnar los desarrollos nacionales de tecnología y la vigencia de leyes ambientales a requerimiento de sus clientes corporativos.

La violencia simbólica que ejercen los medios masivos de comunicación hegemónicos no se circunscribe a los contenidos.

La pertinaz desvalorización del derecho a la libertad de expresión conduce a la renuncia al derecho a la verdad y la justicia,

legitimando tácticas como el *lawfare* y arrasando con el resto de derechos individuales y sociales.

Como explicaba Foucault, el Poder construye discursos, prácticas y dispositivos que estructuran sutilmente la interacción política, económica y social.

La comunicación dentro y fuera de las instituciones del Estado es vital para mantener la participación ciudadana en la defensa de las libertades personales y colectivas y en el cumplimiento de sus funciones.

En tiempos de neoliberalismo, la tan promocionada “Convergencia” actúa como dispositivo de dominación y desestabilización política de los gobiernos populares y establece Instituciones (de gobierno, justicia, educación, salud, etc.) que funcionan como una suerte de panóptico digital al servicio de la apropiación privada del Estado.

Para resistir los mensajes de terror, los presagios agoreros de la posverdad y evitar la implantación de democracias meramente formales resulta urgente la elaboración de estrategias comunicaciones alternativas y la participación activa de la ciudadanía.

Ciudadanía en tanto potencial emisora y receptora de su realidad cultural y no como mera replicadora/consumidora de redes y nuevas tecnologías globales.

La conciencia de la importancia que tiene la comunicación sobre la propia vida y la necesaria pluralidad de los medios masivos de comunicación se funda en la solidaridad y es garantía de nuestros derechos colectivos, generando debate honesto y respetuoso desde la diversidad (tanto ideológica como identitaria) sobre los objetivos del Estado, los valores de sus instituciones (desde la Justicia a la educación) y la militancia política que deben volver a ser temas dignos y valiosos en el hogar, la escuela y la vida social.

En este sentido estamos trabajando.

El camino atañe a cada ciudadano y ciudadana, y compromete el futuro. Así que manos a la obra.

LA INFANCIA Y EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

Por **Francis Rosemberg**¹

Infancia: Término que utilizamos para designar la etapa vital que transcurre entre el nacimiento y la adolescencia.

Comunicación: Hacer a otro partícipe de lo que uno tiene. La comunicación hace referencia a la interacción social, es decir, a la acción y al resultado de transmitir una emoción, una idea, un pensamiento, un conocimiento. **Comunicarse:** entrar en relación, identificarse y compartir con otros².

Este es un primer esbozo de líneas para pensar acerca de la relación entre Infancia y Comunicación. En este apunte de ideas nos referiremos fundamentalmente a la infancia temprana, lapso que abarca desde el nacimiento hasta alrededor de los cinco años de edad.

¿Por qué centrarnos en esta etapa de la vida?

Porque generalmente no es muy tenida en cuenta a pesar de ser la etapa fundante de la persona. Período decisivo del desarrollo, ya que en él se sientan las bases del ser humano, se instauran los procesos de constitución subjetiva, de configuración de las matrices de aprendizaje y de interacción social.

La concepción del niño como Sujeto de derecho –y no sólo como Objeto de cuidado– fue suscripta en la Convención Internacional de los Derechos del Niño (1989) e incorporada en la Constitución Argentina con la última reforma, en el año 1994. A ella queremos agregar nuestra propia concepción del niño como Sujeto activo, propositivo,

1. Lic. en Fonoaudiología (UBA), Psicomotricista y Psicóloga Social. Ex docente de la Universidad Popular Madres de Plaza de Mayo, Universidad Nacional de Lomas de Zamora y Universidad del Salvador. Terapeuta de la Obra Social del Sindicato Argentino de Televisión (SATSAID).

2. Fuente: <http://concepto.de/que-es-la-comunicacion/#ixzz58yQmzwMD>

“sujeto de acción y no sólo de reacción”, pleno de iniciativas desde el momento mismo del nacimiento.

Desde esta perspectiva los chicos tienen, como todo ser humano, derecho a la “comunicación”.

Pero ¿Qué entendemos hoy por comunicación?

Los avances tecnológicos han facilitado la circulación de ideas, información, conocimientos. Los canales de la comunicación se han complejizado y sofisticado. Nos encontramos en una época en que es más importante estar conectado –mediante un “tch”– que comunicado. En momentos como este, es fundamental reflexionar acerca de los modos en que una sociedad concibe las prácticas de crianza y cuidado de los niños, ya que ellas tienen implicancias en la constitución y futuro de sus ciudadanos.

Hoy, y cada vez a edades más tempranas, el uso de dispositivos tecnológicos, sustituye a la presencia y el contacto humano. Los chicos, por falta de espacio físico para jugar, o por ausencia de adultos que se ocupen de ellos, pasan muchas horas frente a las pantallas. Los teléfonos móviles y las *tablets* “cumplen” las funciones de nuevas niñeras y cuidadores.³

Cada vez, los adultos estamos menos disponibles para alzar a un bebé en brazos, mecerlo y acunarlo, mirarlo y sonreír frente a sus morisquetas, crear un espacio y un tiempo para jugar y para hablar con los chicos significativamente, es decir, sobre lo que les sucede y les atañe.

Y sin embargo, para desarrollarse adecuadamente, el niño requiere de la interacción con un “Otro significativo”, y de la exploración sobre los objetos y el mundo real. Sin estos dos componentes básicos, no hay aprendizaje ni comunicación posibles. No es cierto que un chico aprenda con una máquina. Un chico aprende en la interacción con otro, con el cual se ha establecido un vínculo de apego, la confianza básica de que allí estará cuando él lo necesite. El humano es un ser esencialmente social, “configurado en una complejísima trama de vínculos y relaciones sociales”⁴. Y, a pesar de que se le reconozca

3. En realidad cumplen la función de “entretenedores” dejando al niño quieto, sentado, sin que el adulto cuidador necesite de la intención o de saberes específicos para generar vínculos significativos con él.

4. Pichon-Riviere, E. y Quiroga, A.: *El proceso grupal*. Nueva Visión, Bs. As., 1975.

el derecho a la comunicación, a ser escuchado en sus necesidades y deseos, esta falta es cada vez mayor.

El cerebro, en incipiente estado de maduración y desarrollo, necesita de la experiencia concreta sobre los objetos y el mundo. Necesita que el cuerpo del niño, aún del recién nacido, se ponga en movimiento, con libertad (si el bebé es muy pequeño, acostado panza arriba en su cuna, y más adelante sobre una colchoneta en el suelo), y que los cinco sentidos estén activos, para que la información que el cuerpo capta empiece a circular y se establezcan las primeras conexiones interneuronales. No sirven aparatos ni pantallas, máquinas ni *tablets*, nada sustituye a la voz de su mamá cantando una canción, a su papá sentado en el piso jugando con él.⁵

Los estímulos visuales, lumínicos y sonoros, que le llegan a un niño pequeño a través de las pantallas, lo hipnotizan y funcionan como adictivos que actúan sobre su atención involuntaria. Le ofrecen estímulos que no puede procesar, elegir, comprender, ni dejar de lado cuando no le interesan. Queda capturado por ese cúmulo de excitaciones que no puede metabolizar. No le enseñan nada. No le permiten desarrollar lenguaje, a lo sumo repetirá un lenguaje sin sentido, estereotipado, con vocablos que responden a otras culturas. Y entonces dirá “pasteles”, en lugar de tortas, o “carro” en lugar de auto. Pero será un lenguaje vacío, no significativo para él. Sin embargo, no está carente de sentido, más allá de lo que percibamos conscientemente. La utilización de estos códigos (más adelante analizaremos los mensajes) es el instrumento de dominación del sistema hegemónico, que impone un modelo cultural homogéneo desde la más tierna infancia, atentando contra las identidades culturales propias de cada pueblo.⁶

Es importante también tomar conciencia de que los contenidos que se transmiten por estos canales (televisión, videojuegos y medios masivos de comunicación) no son neutros. Responden a una escala de valores que deberíamos analizar desde una mirada crítica.

5. Nos referimos a todo adulto que cumpla con la función de sostén y cuidado, más allá de los roles adjudicados por las determinaciones biológicas o de género.

6. No es casual que en nuestro país, el gobierno actual haya limitado la producción de *Pakapaka*, la primera señal nacional de contenidos educativos para chicos de 2 a 12 años.

Sólo tomando conciencia de los “mecanismos de penetración cultural”⁷ y de las relaciones de poder en juego, podremos decidir si son esos los mensajes que en verdad deseamos transmitir a nuestros chicos: modelos de violencia, discriminación, xenofobia, machismo, estímulos sexuales cuyas lógicas y sentidos no pueden ser metabolizados ni comprendidos en las etapas tempranas del desarrollo. Contenidos y dispositivos que perturban el libre fluir de las relaciones humanas y el devenir de los procesos de subjetivación, “inoculando” la ideología del sistema dominante. Hoy, conceptos como “solidaridad”, “cooperación”, “el otro”, están devaluados y predomina el fomento del individualismo.

Estamos convencidxs de la importancia de compartir espacios de calidad interpersonal: momentos de juego, lectura de libros, una mesa de desayuno-almuerzo-merienda-cena no mediados por pantalla alguna, que permitan el intercambio de experiencias personales. Las vivencias de contacto real y participación colectiva cobran relevancia fundamental por sobre toda interacción virtual, mediada por las tecnologías de la información y la comunicación, las famosas TIC’S.

7. Rodolfo Ortega Peña (1964), Prólogo a *Imperialismo y Cultura*, J. José Hernández Arregui. Ediciones Peña Lillo-Continente, Bs. As. 2015.

CON GRITAR NO ALCANZA

LA COMUNICACIÓN EN EL SISTEMA DE SALUD

Por **Juan Canella**¹

Me defino como un militante del ejercicio de la salud como derecho, no como un simple artículo de intercambio comercial.

Cualquier distraído, cree, que mi objetivo ya está cumplido, que todos en su medida, tenemos cubierto ese derecho. Pero al indagar un poco en el tema, uno se da cuenta de que es mucho lo que falta, y, por lo general, uno no indaga en el tema hasta que se enferma.

Indagar es reflexionar y esa es nuestra deuda.

Uno nunca reclama un derecho que no sabe que tiene, ni tampoco reclama un derecho que se ejerce. Es aquí, en este preciso punto, donde debemos practicar ese otro derecho humano tan básico y fundamental que es la comunicación. Ese sublime y necesario intercambio, esa participación con el otro, que implica el paso inicial para cualquier crecimiento.

La comunicación es la herramienta, la llave que puede y debe nutrir nuestra evolución. Tan así es, que el propio poder se ha encargado de darle un perverso uso. Hubo una época en que los recursos, para ejercer ese poder, eran los tanques militares. No es así ahora, en la actualidad esa herramienta velada, de la comunicación, alcanza hasta para inventar términos como la posverdad, transformando la opinión pública en un profundo torrente de mentiras, donde desaparece cualquier atisbo de espacio que implique la suficiente seguridad donde apoyarse.

Partiendo de esta cruda realidad, me sumo a este colectivo por la defensa de la comunicación como derecho humano, que, en sí mismo, es la defensa de la convivencia en una sociedad más justa.

1. Bioquímico, Magister en Salud Pública. Miembro de Asociación Latinoamericana de Medicina Social - ALAMES. Ex docente de UNLaM. Militante de la Salud como derecho.

Este espacio social en el que elijo trabajar, el de la salud, es un campo donde abundan diversas relaciones, participantes con mayores o menores influencias sobre el mismo.

El imaginario social atribuye el máximo poder y conocimiento de la salud a los médicos. Salud, es cosa de médicos, y hasta los propios profesionales médicos creen en esta mítica verdad...

A partir de este desconocimiento es donde van surgiendo una serie de aclaraciones, que como efecto dominó, una a una van despertando cuestionamientos, preguntas, que deberían acercarnos a exponer el verdadero rol que tiene la salud hoy en día.

Esto, solo se logra con una verdadera comunicación que desdibuje de un plumazo un *status quo* que, haciendo pie en diversas corporaciones, mantiene ese estereotipo donde la salud es "cosa de médicos".

Podemos citar una serie de ejemplos, que son los que se deberían trabajar en una transparente comunicación para conocer el verdadero contexto y así poder influir en las modificaciones necesarias, como para que la salud, sea un derecho que todo ciudadano pueda ejercer, mas allá de su situación económica.

Ejemplo, en nuestra Constitución Nacional, en los artículos 14 y 14 bis, no aparece el término "salud".

Estos artículos, cabe aclarar, enumeran una serie de derechos básicos para el ejercicio de todo ciudadano. Recién, en el artículo 42, se menciona: "Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno". Este es el verdadero espíritu de nuestra Carta Magna, referida al tema Salud como consumidor. Nos salvan la serie de Pactos internacionales, donde sí queda expuesto en forma explícita el mencionado derecho.

También es necesario comunicar que en la formación del profesional médico, desde hace más de cien años, se responde a un modelo que parte del Informe Flexner. Dicho registro lo realizó este maestro de ingreso a escuelas de medicina, respondiendo a una solicitud de la Fundación Rockefeller, que impone una serie de prácticas que a esta altura tienen más que ver con los beneficios a los laboratorios de medicamentos que con la salud de las comunidades. Vale la mención,

del surgimiento de ciertas currículas innovadas, una de ellas implementada en la carrera de medicina de la UNLaM, en el año 2011, pero, que con los cambios de enfoques políticos, expulsaron cien docentes de medicina, comprometidos con esa nueva representación de formar profesionales de la salud.

Como vemos, hay habilidades engañosas en nuestra constitución, en la formación del profesional médico, como así también podemos sumar la organización Mundial de la Salud (OMS), ejemplo válido como para demostrar que este modelo de salud implementado, responde a un orden internacional.

Esta Organización, dependiente de Naciones Unidas, sería quien a partir del 7 de abril de 1948 marcaría la agenda de prioridades e inversiones en salud a nivel mundial, por medio de Asambleas Generales donde participaban los 194 Estados que la conforman, “un miembro, un voto”; y de esta manera, se iba decidiendo dónde se destinarían las cuotas obligatorias que paga cada Estado.

Cada Estado aportaría una cuota fija (que se calculaba en base al nivel de riqueza y su población).

Pero el mundo cambió y la salud no pudo mantenerse aislada de esos cambios. Un muro que cae, globalización, fortunas financieras que se concentran, grupos económicos que tienen más poder que los propios Estados y una serie de acontecimientos que nos traen al día de hoy.

En ese proceso, hubo países que desfinanciaron a la OMS. Lo que implicó que para subsistir, en la actualidad, dicha organización reciba un 75% de sus fondos por medio de donaciones y sólo una cuarta parte de los aportes de los Estados. Tal es la magnitud de estas operaciones que se ha acuñado un nuevo término: “filantropocapitalismo”, lo que definiría a los “inversores sociales”. La Fundación Bill y Melinda Gates es la que más aportes realiza, por lo cual pasó a tener “voz y voto”, como si fuese un Estado más, y por supuesto tiene derecho a definir a dónde se dirigen los fondos donados.

De esta forma se van modificando las prioridades de la Salud Pública, las que se van asociando al negocio de las patentes en el que están involucrados los laboratorios medicinales. Dejando de trabajar, por ejemplo, en los Programas de “Uso Racional de Medicamentos”, medida más que necesaria para un eficiente uso de los presupuestos otorgados al campo de la Salud.

Queda claro, a esta altura de la presentación, que son innumerables las cuestiones que deben ser comunicadas a todo ciudadano, en el tema salud, para ejercicio pleno de su derecho. La lista puede continuar, con la Industria Farmacéutica, la biotecnología, los seguros de salud (CUS) y otros tantos que son los verdaderos temas que van marcando el rumbo en este campo. Visualizando de esta forma la Salud, no podemos más que concluir que es uno de los temas referentes que hacen a la verdadera Soberanía, motivo por el cual no es en vano el *status quo* corporativo que envuelve nuestra realidad.

Por todo esto, digo que con gritar no alcanza. Que nos debemos una profunda comunicación con su respectivo análisis, el cual debe hacerse entre todos, con el objetivo de construir una sociedad de la que valga tanto la pena como la alegría formar parte.

EL CALDERO DE LA DEMOCRACIA

ESPACIO PÚBLICO Y COMUNICACIÓN REAL

Por Hernán Cardinale y Julieta Colomer¹

La realidad no pasa por los medios, ni siquiera se acerca a ellos; asuntos policiales llenan las noticias desplazándola. Así, mientras nos repugna la primicia reiterada de otro abusador que burló su “condicional”, cientos de genocidas que sistematizaron crímenes aberrantes son liberados sin que los medios privados o público-estatales hablen de ello. La Justicia no es Justicia. Las Fuerzas Armadas fusilan adolescentes y niños. Santiago no era mapuche; Nahuel sí. La solidaridad hace a las luchas populares. La rosada aplaude a verdugos y reyes. Lo público no es del Estado. El Estado no es una empresa ni debe dar ganancias. El Buen Vivir no mide en PBIs. Un *troll* es una identidad falsa. Lo falso solo es verdadero en las consecuencias que su falsedad provoca. Quienes corrompen, ¿son corruptores o corruptos? La soja no es para alimentos. EE.UU. no compró biodiesel ni limones. La 125 salvó a Clarín (y el dólar blue también). Los paralelos no se juntan. En la era de la información, la comunicación ya no es comunión. Las noticias son mercancías, bienes consumibles. La acumulación es por desposesión. La redes sociales son una trampa. La fibra óptica levanta las veredas de Buenos Aires. El ARSAT es un futuro del pasado. Todo tiempo presente fue peor. La realidad se subleva en infinitas formas. MMLPQTP no es insulto, es la expresión de una multitud diversa que canta al unísono desde la popular. Lo público no es privado. Si tiene rejas es que fue apropiado.

1. Dirigen mónadanomada ediciones, documentando y publicando sus investigaciones, gráficas y producciones audiovisuales en torno a procesos sociales, DD.HH., historia, memoria y justicia.

Las plazas no precisan puertas. Ciudadanía no significa ni unidad ni organización. La “opinión pública” no refleja lo popular; sus encuestas no preguntan, forman. Lo público es nuestro espacio común. La telenovela *Los ricos no piden permiso* se estrenó cuando detuvieron a Milagro Sala. La desocupación y los presos políticos son una realidad invisibilizada. Las causas por enriquecimiento ilícito cayeron todas. La Justicia no es independiente: ¿el blanqueo de capitales no es acaso enriquecimiento ilícito? Se votó el “cambio” porque los ricos “no precisan robar...” ¿Qué es la impunidad? No hay tiempo para pensarlo... Otra alerta policial, una primicia urgentísima se sienta en la mesa de cada hogar. Lo “real” hace carne en cada persona: “la próxima víctima podés ser vos”. En respuesta, un “nosotros mediático” difuso e inmaterial reclama al Estado seguridad y el Estado entonces se arma contra el nosotros real. “No lo olviden –dice E. Zaffaroni–, lo que al poder punitivo le interesa no es controlar a ellos, sino a nosotros...”.

El bombardeo de información impide que nos preguntemos por lo real y próximo a cada uno. Esta imposición mediática no es gratuita, es propia del capitalismo. Su dominio simbólico-cultural se sostiene mientras pueda evitar darle espacio a los debates que de intalarse públicamente a lo largo del país (y la región) permitirían construir una sociedad participativa, libre, justa y soberana.

¿Qué hacer?

Organizarnos. Apagar la tele y salir a la calle. Desatender la coyuntura de la agenda mediática, y pisar tierra llenando el espacio público con nuestras voces, haciéndolas común en los lugares que co-habítamos. Lo público es territorial, palpable, material y a la vez puramente simbólico... es la lengua, la palabra, el habla, las leyes: toda construcción cultural común a un pueblo en sentido amplio; su historia, los modos de su memoria. Las más significativas construcciones populares que lograron subvertir en cada momento la institucionalidad consagrada, nacieron ocupando calles y barriadas, articulando consecuentemente sus prácticas e imaginarios, organizando acciones comunes entre quienes antes no acompañaban: El 45, el Cordobazo,

los levantamientos de Villa Constitución; la larga construcción de Memoria, Verdad y Justicia del sin igual movimiento por los DD.HH. argentino; los escraches, los cortes y piquetes, las asambleas populares, las ferias de trueque, la recuperación de fábricas en cooperativas en autogestión, las radios comunitarias, los bachilleratos populares, los movimientos de desocupados, la infinidad de movimientos culturales, de género y ambientalistas, los vecinos y asambleas de autoconvocados en defensa de la vida, todas y cada una de estas experiencias tienen origen en la “comunicación directa”, solidaria, popular, que hace del espacio público el medio y fin mismo de la comunicación.

Lo público es el componente esencial de la hipótesis democrática que sostiene el imaginario de un gobierno de todos los ciudadanos. Por ello, no en vano el neoliberalismo viene imponiendo en la región medidas contravencionales que lo reduzcan consecuentemente regulando el uso de carriles y avenidas, el acceso a plazas y parques, buscando dificultar la movilización ciudadana y judicializando la protesta social. La protesta es un derecho, no un delito. Más aún, la protesta es el primer derecho, pues en ella se comunican las más urgentes necesidades populares de los trabajadores y los desposeídos. Hoy en cambio se las reprime brutalmente, persiguiendo y encarcelando no solo a quienes se movilizan, sino a los pocos periodistas y fotógrafos comprometidos en hacer visible la movilización popular.

La disolución del AFSCA, la modificación por un DNU de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la creación del ENACOM, sellaron el pacto de gobernabilidad entre la corporación mediática y el actual gobierno. Esta sociedad, en lo fáctico impone al Estado avanzar con una inusitada batería de apremios impositivos, jurídicos y punitivos sobre medios alternativos y populares; sobre centros culturales, sociales y deportivos, y sobre toda voz o acción que cuestione el relato oficial. Estas prácticas lograron ya despedir renombrados periodistas y hasta interrumpir momentáneamente la señal de ciertos canales cuando su contenido resultó crítico. Un tercer lugar reitera la violencia represiva sobre los cuerpos, con detenciones arbitrarias y allanamientos de corte mafioso para sustraer información. Por último, este esquema “coercitivo-comunicacional” se completa en las redes sociales con la activa proliferación de *fakes news*, *hagstags* y *trendic topics* propalados por un ejército de *trolls*

que desde su anonimato sin ética alguna batallan desde ese territorio por el dominio, y construcción, de la “opinión pública”.

Estos avasallamientos al derecho y las personas, no hacen sino señalar el gravísimo problema de derechos humanos que tenemos hoy en Argentina.

Creemos necesario en este contexto de achicamiento del Estado y concentración de los medios, instalar urgentemente el debate sobre la comunicación como derecho humano desde el espacio público. Solo una sociedad informada, con libre acceso a información verídica y con capacidad para producir e interpretar mensajes, podrá crecer en el entendimiento y posterior ejercicio de sus derechos más elementales.

Dada la coyuntura, este debate solo puede crecer desde el pie.

CUANDO LA MODERNIZACIÓN Y EL TERRORISMO SON LOS ÚNICOS MENSAJES

Por **Fernando Clavero**¹

La comunicación pública gestionada por el Estado no es solo la utilización de los medios como forma de transmisión de mensajes. También son las reuniones, los gestos, las palabras, las expresiones que se plasman desde las redes sociales o desde los estrados de gobierno.

Como si fuera un devenir lógico e irrenunciable, desde la comunicación oficial llegan los conceptos de libre expresión, modernización, avance tecnológico, cuarta revolución, y reformismo. Lo excluido es negado. Puesto bajo sospecha y condenado.

El mercado de los mensajes mediáticos se ha tornado librecambista. El periodismo corre al ritmo de la dolarización, de los organismos internacionales de crédito y de las necesidades del sector financiero como un designio único y natural. Apartando al sentido social que en algún momento supieron construir los profesionales de la comunicación.

Es así como la estrategia que parece inocente está relacionada con una compleja trama de organizaciones internacionales. En 1995 Jay Blumer y Michael Gurevitch escribieron *La crisis de la comunicación pública*. Los teóricos pusieron su mirada sobre el progresivo deterioro de la función política de los periodistas y de los medios. Los históricos preceptos, según Blumer y Gurevitch, entraban en contradicción con las estrategias empresariales de las compañías mediáticas.

La elaboración de mensajes sobrevalorando el individualismo por sobre la construcción social pone a la comunicación en una encrucijada. Apartados de los intereses sociales, los actores oficialistas

1. Lic. en Ciencias de la Comunicación. Periodista.

producen mensajes en contra de las entidades de la comunidad, involucrando a sus líderes en laberintos judiciales.

El modelo comunicacional enfrenta el individualismo a lo comunitario, el mercado a la construcción social, el terrorismo a las manifestaciones en reclamo por derechos.

Por eso es necesario el surgimiento de organizaciones que pongan en crisis la experiencia hegemónica.

Por ejemplo, tras el 2015, las denominadas políticas de reinserción en el mundo llevan a los funcionarios a establecer vínculos y definir proyectos. Directores de entidades de la comunicación se reúnen periódicamente con grupos de trabajo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para definir la posición de la Argentina en materia de infraestructura y servicio de telecomunicaciones, dejando en claro –según consta en los documentos– que “el Gobierno se ha concentrado en optimizar la conectividad, la infraestructura, la inclusión, la innovación y las inversiones”.

Algunos de esos representantes argentinos pertenecen a la Fundación LED (Libertad de Expresión+Democracia). Una de las entidades que se opuso a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

LED desarrolla actividades públicas con otras ONG entre las que se destaca la Fundación alemana Friedrich Naumann, que funciona como subsidiaria del Partido Democrático Liberal de Alemania. Los postulados son la liberalización económica, el desarrollo de las libertades individuales y el libre mercado. Por supuesto que esos conceptos se relacionan con las definiciones que sobre la “libertad de expresión” pregonan la institución en la Argentina.

Friedrich Naumann es parte de la Internacional Liberal, una federación que reúne a más de cien partidos y constituye uno de los bloques parlamentarios más importantes de Europa.

Colaborando con la Internacional Liberal, por Estados Unidos también figura la National Democratic Institute (NDI) que financió viajes a funcionarios del PRO para que sean veedores en elecciones regionales. La organización está vinculada a la National Endowment for Democracy (NED) que fue acusada de articular acciones golpistas en contra de algunos gobiernos democráticos latinoamericanos.

Incluso los mensajes comunicacionales que producen esos sectores tienen similares características en Europa, Estados Unidos y Argentina.

Por eso es necesario detenerse en la historia y en los procesos. Y saber, entre otras cuestiones, quiénes son los que hablan. En ese contexto de permanente “agresión” se hace imprescindible la defensa de la voz y la palabra del ciudadano y de sus organizaciones representativas. En un aprendizaje mutuo y un reconocimiento de quiénes se esconden detrás de los discursos.

COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA Y ECONOMÍA POPULAR, SOCIAL Y SOLIDARIA

Por **Santiago Errecalde**¹

En los complejos entramados (alianzas, conflictos) de personas, historias, costumbres, deseos, expectativas, tecnologías que llamamos sociedad, la comunicación ocupa un lugar muy importante en la disputa por la realidad, que incluye lecturas sobre la historia, el presente y el futuro. La disputa por la realidad es la disputa por los consensos que diferentes grupos construimos para generar información, tomar decisiones, ejecutar acciones y evaluar sus resultados. Esos consensos se construyen situados en tiempo-espacio y en correlato con los debates por el poder. Poder en tanto capacidad de movilización de recursos (también de dinero, pero no solo dinero) e intermediarios para realizar las acciones necesarias para resolver las necesidades (materiales y simbólicas, biológicas y culturales) en cada momento de la historia, espacio geográfico y contexto político.

Uno de los aspectos novedosos de los gobiernos populares latinoamericanos fue la ocupación del debate público intentando poner sus reivindicaciones en la agenda (política y mediática), dando visibilidad a invisibles y poniendo en juego, justamente, la idea del debate: la posibilidad de discutir los consensos, de pensar en los procesos de visibilización que todavía existen, y en los que permanecen invisibles.

1. Asociado de la Cooperativa de Trabajo Despiertavoces. Docente de la Universidad Nacional de Quilmes.

I. Medios hegemónicos, neoliberalismo y debate público. Un único mundo posible

Los medios masivos de comunicación –en particular los medios hegemónicos– son parte del correlato neoliberal y globalizador que puso por sobre otros derechos la libertad de empresa; la legitimidad del lucro sobre la vida².

En Argentina, durante el primer avance neoliberal (implementado a partir de la construcción del terror, la persecución, la desaparición, la invisibilización y la muerte; 1976-2003) la Ley 19.798 (septiembre 1980) reguló los servicios de comunicación limitando la propiedad de los medios a personas individuales o empresas comerciales y supeditando la libertad de expresión a “las necesidades de seguridad nacional”. Al mismo tiempo, se prohibía juntarse en la vía pública, se intervenían sindicatos y universidades, se ejercía la censura. Pero también, se desarmaban las cajas de ahorro y crédito populares prohibiéndoles su funcionamiento por Ley y se destruía la industria nacional eliminando las barreras arancelarias. Comunicación, política y economía eran y son parte de una misma cosa.

En este mismo tiempo, convergieron grandes transformaciones tecnológicas en el plano de la comunicación, los procesos de concentración mediática y la conformación de grandes multimedios como corporaciones económicas. Estos cambios transforman las modalidades de percepción de la realidad, la forma de vincularnos entre personas y los mecanismos del mercado para segmentar la población por partes y ofrecerle los productos de su interés. Así, los medios tienen dueños empresarios, y los mensajes y las audiencias se convierten en mercancías.

2. En relación a las críticas de la insostenibilidad de las *economías capitalistas*, Boaventura Santos y César Rodríguez proponen tres dimensiones: “En primer lugar, que produce sistemáticamente desigualdades de recursos y de poder”. “En segundo lugar, las relaciones de competencia que exige el mercado capitalista producen formas de sociabilidad empobrecidas, basadas en el beneficio personal y no en la solidaridad”. “En tercer lugar, la explotación creciente de los recursos naturales en todo el mundo pone en peligro las condiciones físicas de vida en la Tierra”. En “Para ampliar el canon de la producción”, Revista *Otra economía*, 2011.

Estamos conectados, segmentados y desinformados en un mundo globalizado. Somos público objetivo, potenciales clientes. Ocupamos una casilla en una planilla de *Big Data*.

II. Punto de partida: carácter no monolítico del sistema hegemónico³

Sin embargo, no hay una sola forma de hacer economía. Desde una visión *sustantiva de lo económico*: el Estado, los grupos de personas y las organizaciones populares hacemos economía con una lógica diferente a la de la reproducción ampliada del capital.

De la misma forma, las personas, los grupos de personas, las organizaciones populares (sindicatos, cooperativas, asociaciones, fundaciones) y en algunas ocasiones el Estado (desde los medios públicos, pero también con el fomento del desarrollo de prácticas comunicacionales en instituciones educativas) generan actos de comunicación: construyen, circulan, interpretan, deconstruyen y reconstruyen sentidos.

Homo sensum. Comunicación más allá de los fierros

Las prácticas sociales son prácticas culturales: construyen sentido. Interpretamos el mundo y actuamos en la construcción de significados. Hacemos comunicación. Pero sobre la cantidad finita de ideas con las que interpretamos el mundo, los medios de comunicación pueden tener un peso importante: por un lado, por la gran capacidad de emitir interpretaciones; por el otro, por la injerencia que tienen en nuestra agenda.

Sin embargo, en las fisuras del *bloque-no-monolítico* otros sentidos perduran, transmiten, circulan y se construyen. Los vinculados a las prácticas de solidaridad y reciprocidad sostienen las distintas formas de organización colectiva que colaboran en el sostenimiento de la vida.

3. El concepto pertenece a José Luis Coraggio: "Para el enfoque sustantivo de la economía, el análisis positivo crítico de la realidad no puede separarse de lo propositivo basado en otro concepto de la racionalidad económica. Esto implica reconocer el carácter no monolítico del sistema institucional vigente, la existencia de proyectos y prácticas contradictorias entre las cuales se perfilan las que llamamos de economía social y solidaria. Asimismo, implica reconocer que bajo la misma bandera de la ESS, y aún con muchos objetivos similares, pueden desarrollarse prácticas orientadas por principios distintos o al menos por especificaciones dispares de su significado". "Prácticas, instituciones y principios de la economía social y solidaria". En: *El trabajo antes que el capital* (2011).

Como lo indica Pastore⁴, desde una perspectiva de Economía Social y Solidaria, la dimensión simbólica de la economía presenta una diversidad “de maneras de concebir las prácticas humanas en la interacción económica, que centra su atención en las condiciones de reproducción de la vida, en las relaciones de las personas entre sí y con su hábitat vital”. Es decir, no toda práctica económica se puede interpretar desde la lógica de acumulación ampliada del capital; no todas las prácticas humanas (¿alguna se podrá?) se pueden interpretar desde el *cálculo racional costo-beneficio*.

III. Otros mundos posibles en este mundo

Las rondas de las Madres en la Plaza de Mayo durante la dictadura cívico militar y los piquetes en Puente Pueyrredón a principios de este siglo fueron formas que tomaron los reclamos populares en momentos de prohibición, invisibilización, persecución y muerte. Si no nos podemos juntar, caminamos. Si no podemos hacer paro a la patronal (porque somos trabajadores y trabajadoras sin empleo), cortamos la calle.

La Ley de Identidad de Género (debates, sanción, lucha por su implementación) nos pone a todos a debatir cómo queremos vincularnos cómo sociedad diversa con igualdad de derechos.

El activismo social y el activismo estatal son importantes para democratizar (ampliar en calidad y cantidad) el debate que nos hace como sociedad. En ese marco, la sanción de la Ley Servicios de Comunicación Audiovisual - LSCA (sancionada y reglamentada en octubre de 2009) es un momento de síntesis para pensar una comunicación democrática. Por un lado, porque la LSCA recoge los 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación propuestos por la Coalición por una Radio-difusión Democrática. Por otro lado, porque la construcción de la LSCA

4. Para Rodolfo Pastore: “La ESS constituye un campo multidimensional (económico, simbólico y sociopolítico) de interacción y organización humana en torno a la reproducción de la vida. La multiplicidad de iniciativas socioeconómicas que la constituyen coexiste con diversas formas de designar y entender este proceso, lo cual da cuenta de un campo dinámico de significaciones y acciones sociales en plena construcción”. En: “La economía social y solidaria y los debates del desarrollo en clave territorial. Reflexiones sobre experiencias y desafíos a partir de una práctica socioeducativa universitaria”, Rodolfo Pastore y Bárbara Altschuler en II Jornadas de Sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCuyo “Balances y desafíos de una década larga (2001-2015): aportes y debates desde la Sociología”.

promovió el debate, la toma de posiciones y la movilización (a favor y en contra) de distintos sectores. Y, finalmente, porque su aprobación e implementación son logro, proceso y desafío. Logro, porque es el resultado del proceso de movilización y de las tensiones de la ampliación de la democracia. Proceso, porque es parte de una historia grande e inacabada que transformó, transforma, crea y moviliza nuevos actores sociales, nuevos debates, nuevos intereses. Y desafío porque la restauración conservadora propone un nuevo escenario de acción por la comunicación democrática que no puede ignorar ese hecho.

Más allá de la propiedad privada.

Comunicación más acá de los fierros

Uno de los aspectos a remarcar desde una visión sustantiva de lo económico, es que la LSCA reconoce diferentes formas de hacer comunicación (de poseer medios de comunicación) a los que asocia a diferentes formas de funcionamiento y objetivos o resultados buscados. De ahí, que promueva que el espacio radioeléctrico se divida en tres partes: el estatal, el del sector lucrativo y el del sector no lucrativo. Además, dispone modalidades de financiamiento para fomentar la producción comunicacional del sector no lucrativo.

Reconocer distintas formas de posesión, gestión y objetivos para hacer comunicación va en sintonía con tener una visión más compleja de la sociedad con las tensiones y contradicciones que en ella co-existen. Y es reconocer que diferentes dueños suponen diferentes prácticas, objetivos y mensajes comunicacionales. Promover la existencia de voces diversas (dueños diversos) genera mejores condiciones para una comunicación democrática que contemple, fomente y permita ejercer tanto los derechos de *las audiencias* como las libertades de expresión. No habrá ejercicios plenos de la libertad de expresión ni del derecho a la información sin modificar la estructura económica-comunicacional actual.

IV. Caminos convergentes

Más allá y más acá de los fierros los procesos, los productos y las organizaciones (sus formas de posesión, toma de decisiones y formas de repartir el valor generado) de comunicación condicionan las formas en las que nos vinculamos con el mundo. Y en las fisuras del sistema hegemónico (económico, político, financiero, comunicacional)

existen experiencias, prácticas y colectivos que construyen mecanismos alternativos que tensan las lógicas del capitalismo en su fase actual. Esa lógica que, como decíamos antes, no es la única forma que se observa en la realidad. O, dicho de otra forma, no se puede explicar toda la realidad desde los manuales del neoliberalismo.

Democratizar la comunicación y la economía son caminos que convergen en la historia de las organizaciones populares, en las críticas al sistema hegemónico y en las acciones que buscan transformar las condiciones en las que reproducimos nuestra vida.

“Van juntas”, como dicen desde el Colectivo de Comunicación de la Unión de Trabajadores Rurales Sin Tierra de Cuyo, Movimiento Nacional Campesino Indígena y es necesario “seguir promoviendo y fortaleciendo organización popular y sus posibles instancias de articulación y trabajo conjunto, para cambiar las relaciones de poder, para continuar en la disputa real y simbólica de los mensajes, de los contenidos, de las agendas y de la economía”⁵.

Democratizar la comunicación implicará ampliar y diversificar en voces, perspectivas y experiencias el debate acerca de cómo queremos vivir y que vivan las generaciones futuras.

Democratizar la economía implicará discutir acerca de los procesos de distribución y redistribución de la riqueza generada en el esfuerzo social acumulado. Pero también implicará debatir sobre los procesos de sostenimiento y creación de las acciones, estrategias y organizaciones de comunicación para ganar en autonomía decisional del Estado y el mercado.

Lo que es derecho no es mercancía. Fortalecer las democracias, entonces, implicará la construcción de una pedagogía popular y liberadora del derecho humano a la comunicación. Con la capacidad para aprender y colaborar en la visualización y fortalecimiento de las experiencias. Con vocación dialógica para abrir y tensionar debates.

5. “Economía Social y Comunicación Popular. Aportes desde la experiencia del Movimiento Nacional Campesino Indígena” Por Colectivo de Comunicación de la Unión de Trabajadores Rurales Sin Tierra de Cuyo, Movimiento Nacional Campesino Indígena en Revista *Voces en el Fénix*, n°38, Historias Extraordinarias. Buenos Aires, Argentina, 2016.

COMUNICANDO UNA EDUCACIÓN EMANCIPATORIA

Por Daniel García¹

El derecho a la comunicación atraviesa nuestras prácticas educativas, es intrínseco a ellas y su ejercicio es expresivo de los sujetos que conformamos los hechos educativos en nuestras trayectorias e interacciones pedagógicas. Pero ¿qué lugar ocupa este derecho en el marco de un proyecto político pedagógico? En los hechos, ¿se ejerce como una comunicación disciplinadora y homogeneizadora o como un instrumento crítico orientado a la liberación? ¿Qué matices encontramos en los proyectos educativos concretos en cuanto al desarrollo de estas orientaciones y líneas de acción?

Entender la comunicación educativa de manera exógena respecto del estudiante, poniendo el acento en los contenidos que se comunican o en los efectos perseguidos por los mismos (Kaplún, 2002) nos permite introducir una perspectiva crítica respecto de la información y su construcción pero no agota los problemas y desafíos del cruce de la comunicación y la educación. Recuperando a Kaplún (2002), es un enfoque endógeno en educación el que nos posibilita considerar la complejidad de los procesos en los cuales participan los sujetos que comunican.

La educación tradicional se organiza en torno a la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la élite “instruida” a las masas ignorantes. Este modelo educativo hace énfasis en los contenidos a transmitir y se define como una educación *bancaria* (Freire, 2001)², sucesivas operaciones de depósito de conocimientos en los destinatarios, domesticándolos. Solo el educador es quien transmite; es el comunicador que “sabe” y

1. Licenciado y Profesor de Psicología. Educador Popular.

2. Freire, P. (2001). *Pedagogía del oprimido*. Argentina: Siglo XXI Editores, S.A. de C.V.

emite un mensaje único desde su propia visión y con sus propios contenidos y, fundamentalmente, no promueve la capacidad de razonar y la conciencia crítica del estudiante.

Desde esta lógica comunicacional, el educando no sabe, recibe, ocupa un rol pasivo, internaliza la superioridad y autoridad del maestro y luego transfiere esta actitud al plano político y social, a la par que se ve impulsado al individualismo y la competencia en perjuicio de la solidaridad y los valores comunitarios. En el estudiante de sectores populares suele ocurrir como efecto que esta propuesta de comunicación educativa acentúa sentimientos de inferioridad e inseguridad y genera perjuicios en la autovaloración de sus recursos identificadorios. Además, en lo atinente al aprendizaje, el alumno memoriza, repite y luego olvida; no asimila, porque no participa.

Pese a las enormes desventajas que este modelo implica para la mayoría de la población, este tipo de comunicación educativa está incorporado en el sentido común de la sociedad, es tan corriente y natural que influye con fuerza en nosotros. Es el modelo que, de manera obvia, los gobiernos conservadores van a defender, tal como está sucediendo en la Argentina en la medida en que se demoniza la sindicalización docente y al mismo tiempo se aboga por prácticas de evaluación generales, descontextualizadas y homogenizadoras. Argentina puede parafrasear a Kaplún³ cuando afirma:

En la medida en que sigamos asumiendo el clásico rol de emisores, de poseedores de la verdad que dictamos a los que “no saben”; en la medida en que sigamos depositando informaciones e ideas ya “digeridas” en la mente de nuestros destinatarios, por liberadores y progresistas que sean los contenidos de nuestros mensajes, continuaremos tributarios de una comunicación autoritaria, vertical, unidireccional. (p. 27)

Muy cercano a este enfoque, se suelen escuchar otros enfoques pedagógicos que surgen emparentados a la llamada ingeniería del comportamiento como una respuesta más actual, dando mucha importancia a la motivación y centrándose en el cambio de actitud.

3. Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación: (el comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos.

El docente-comunicador espera una retroalimentación de parte del estudiante-destinatario, una posición activa pero solo en función de los objetivos de la programación y del programador, de manera tal que es una propuesta de educación y de comunicación que manipula al sujeto para el desarrollo de conductas automáticas, no-reflexivas y, por lo tanto, posibles de ser generadas, condicionadas y moldeadas externamente por el educador a razón de estímulos y recompensas seleccionadas.

En el contexto argentino actual, se puede notar el esfuerzo que se coloca en inculcar actitudes de despolitización, incluyendo la introducción de posicionamientos filosóficos extraños a nuestra identidad, e ignorando la misma, y la persecución mediática y social a docentes que expresan posicionamientos políticos. Tales mensajes componen campañas que se desarrollan a través de los medios masivos de comunicación, los cuales utilizan los mismos resortes condicionadores que la comunicación educativa para manipular la opinión del público y uniformar sus conductas. Por ello, no es contradictorio que este modelo educativo le asigne importancia a los medios masivos y los emplee en su campaña educativa. Utiliza el esquema de comunicación persuasiva a partir de la cual el comunicador-educador induce a la población a adoptar determinadas formas de pensar, sentir y actuar que le permitan aumentar su producción y su productividad bajo la promesa de progreso. En este sentido, claramente, este nivel de la comunicación y educación no acierta en promover el desarrollo autónomo de los sujetos.

En cambio, nuestra apuesta educativa asume el desafío de acompañar los procesos de la comunicación en los hechos de la educación, sobre todo la enseñanza y el aprendizaje al interior del proceso de transformación de la persona y de las comunidades. El diálogo entre los sujetos, el diálogo entre las personas y su realidad, el diálogo entre los saberes y culturas y el desarrollo de capacidades intelectuales que van de la mano de la conciencia social del sujeto son elementos centrales en este enfoque de la educación que requiere problematizar la comunicación en tanto procesos intersubjetivos e interculturales que intervienen en ella, en un horizonte de transformación. La transformación que enmarca esta perspectiva es el paso de un hombre acrítico a un hombre crítico, solidario y con identidad comunitaria. Desde el punto de vista del aprendizaje, este modelo se basa

en la participación activa del sujeto en el proceso educativo, proponiendo aprendizajes para la participación en la sociedad.

En virtud de lo expuesto, junto a insignes pedagogos como José Martí, apelamos a comunicar una educación que se considere a sí misma una pieza clave en la composición de una estrategia político-cultural global transformadora, desde una perspectiva que vuelva a tener como centro la defensa de la cultura de los pueblos unidos de nuestra América, ya que, todavía puede plantearse que “el problema de la independencia no era el cambio de forma, sino el cambio de espíritu” (Martí, 1965)⁴; y solo un proyecto educativo nuevo puede contribuir eficazmente a ello.

Comunicar/nos e interpelar/nos al sujeto para que se/nos reconozca/mos, para estar preparados para la vida, para ser activos y organizados sobre nuestro propio desarrollo, en la búsqueda de un mayor equilibrio, calidad de vida y justicia social, en consonancia con el tiempo que vivimos. Un proyecto educativo de esta índole está en las antípodas del planeamiento de los CEO porque rescata y fortalece la cultura popular, casi nunca considerada como elemento constitutivo de los acervos que deben considerarse importantes para el desarrollo de los pueblos.

Comunicar y comunicarnos, enseñar y aprender otros repertorios culturales y lingüísticos, diversos marcadores de identidades colectivas, expresiones de la riqueza cultural que compone nuestro país, es lo que nos permitirá habilitar al sujeto que aprende para el logro de estrategias cognitivas activas y su participación en procesos democratizadores.

Comunicar y comunicarnos, enseñar y aprender en el marco de una educación emancipatoria e intercultural es el inédito viable que aún espera condiciones políticas que interpreten de manera real a los sujetos de nuestro pueblo.

4. Martí José. (1965) Obras Completas. Tomo 6. La Habana: Editorial Nacional de Cuba.

EL LIBRO Y LA COMUNICACIÓN

Por **Jorge Gurbanov**¹

El libro es un dispositivo en el que se materializa y comunica, a través de la producción gráfica, el desarrollo de un conocimiento, pensamiento, relato, ficción o creación literaria, cuya divulgación y circulación democrática es un derecho humano, tanto para quien lo produce intelectualmente como para quien lo recibe. Derecho que, especialmente en las condiciones políticas actuales en América Latina, y en particular en nuestro país, debemos preservar ya que hoy se ve severamente amenazado en la posibilidad de llegar a amplios sectores de la población.

Con la creación de la imprenta el libro se constituyó en un hecho revolucionario al sacar de los claustros el conocimiento y las ideas, permitiendo a amplias capas de la población el acceso a ellos, más allá de las distancias y del tiempo. Como ejemplo podemos nombrar, entre muchos otros, la divulgación de las ideas a través del libro, que posibilitó la influencia de la Revolución Francesa en el proceso emancipatorio de América Latina.

La forma tradicional de circulación del libro se da cuando el interesado va en su búsqueda a los espacios en donde el libro se encuentra: librerías y bibliotecas. Desde una concepción democrática y popular pensamos que “el libro debe ir donde está el pueblo”.

Reafirmando esta concepción del libro como un derecho humano, durante el gobierno popular se distribuyeron gratuitamente grandes cantidades de ejemplares a los alumnos en las escuelas. Se crearon bibliotecas escolares y de aula. A través del Ministerio de Educación y de la CONABIP (Comisión Nacional de Bibliotecas Populares) se adquirieron para su entrega a estas bibliotecas, gran cantidad de títulos y ejemplares especialmente seleccionados con un criterio nacional,

1. Lic. en Economía política. Editor de Peña Lillo-Continente.

popular y latinoamericano. Estas políticas de compra nacionales, favorecieron además del desarrollo de la industria gráfica –incluyendo cooperativas y empresas recuperadas– el surgimiento y expansión de pequeñas y medianas editoriales nacionales, destacándose la producción de libros infantiles con un alto nivel intelectual y excelente diseño gráfico e ilustración, reconocidos a nivel internacional.

El nivel de concentración del poder y la riqueza a nivel mundial está adquiriendo cada vez un grado creciente, llegando a niveles insospechados: solo ocho personas poseen tanta riqueza como la mitad más pobre de toda la población mundial, 3.600 millones de seres humanos.

Este proceso no es ajeno a América Latina ni a nuestro país, y abarca todas las actividades económicas, productivas y financieras, también a los medios de comunicación y a la industria editorial. Aproximadamente el 40% de los libros que se producen y venden en la Argentina pertenecen a dos grandes grupos multinacionales que, entre otras actividades oligopólicas, poseen diarios, revistas, radios, canales de T.V. abierta y por cable y, por supuesto, editoriales. Esto significa que, de cada 100 libros que se venden –y suponemos se leen– 40 son editados y seleccionados por estos grupos editoriales y sus editores, que responden a la ideología e intereses de los empresarios.

Estos dos grandes grupos (Penguin-Random House y Planeta) poseen más de una decena de sellos editoriales cada uno, y en forma creciente van adquiriendo pequeñas y medianas editoriales incrementando así el poder de concentración. El restante 60% de los libros que se venden en nuestro país, no está exento de estas características, ya que muchos son libros importados, y no precisamente con una tendencia ideológica diferente.

A su vez, las pequeñas y medianas editoriales se encuentran en graves dificultades económico-financieras; la crisis y la consecuente reducción del mercado interno se ve agravada por la pérdida del mercado exterior, debido a la falta de políticas que favorezcan la exportación y un tipo de cambio que impide llegar con precios competitivos.

En la comercialización ocurre algo similar: el 40% de los libros que se venden en el país está comercializado por dos cadenas: el Grupo Ilhsa, dueño de Yenny y El Ateneo; y Cúspide, perteneciente al grupo Clarín. Entre ambas poseen casi cien bocas de venta ubicadas en los mejores puntos comerciales, donde se concentra el poder de

compra de los sectores de altos ingresos. Estos porcentajes en ambos casos son crecientes, favorecidos por la crisis económica que produce el cierre de pequeñas y medianas librerías, debido al achicamiento del poder adquisitivo de las grandes mayorías populares.

En la sociedad capitalista, donde el objetivo de la actividad económica es la maximización de las ganancias, el libro no deja de ser una mercancía. Sin embargo, para las pequeñas y medianas editoriales, llamadas “independientes”, el libro adquiere una connotación más allá del objeto de lucro. De hecho existen editores que buscan comunicar los pensamientos, las culturas e idiosincrasias de la totalidad de los sectores populares, la visibilización y defensa de los derechos de las minorías, y la expresión de la pluralidad de ideas.

Si bien en la actualidad la información circula por variados canales como son los medios masivos y, cada vez más, a través de las nuevas tecnologías, las redes sociales y los dispositivos digitales, el libro sigue siendo una herramienta indispensable para el desarrollo y la comunicación humana. Podrá tener el tradicional formato gráfico, impreso en papel, o adquirir una forma digital, para ser leído en dispositivos electrónicos. Pero siempre será el libro. Por lo tanto, debemos sostenerlo y preservarlo como un derecho humano a la comunicación.

EL DERECHO A LA CONVERGENCIA **COMPROMISO SOCIAL Y DEMOCRACIA INFORMATIVA**

Por **Luis Lazzaro**¹

La comunicación democrática fue una de las banderas que la sociedad civil en Argentina alzó con mayor determinación al concluir la década neoliberal. La libertad de expresión como instrumento para restituir y conquistar derechos fue abrazada por un movimiento desplegado por organizaciones sociales, de derechos humanos, trabajadores y diversos colectivos que comprendieron su impacto en los planos político y cultural. Los alcances de esa lucha, ahora amenazados por una restauración de los principios de libre mercado y ausencia estatal desde fines de 2015, todavía perduran en nuestro país y plantean nuevos puntos de partida y de llegada.

Pero para llegar a los dilemas del nuevo escenario, debe señalarse que ese proceso se sostuvo en la convicción de que existe una nota distintiva sobre el derecho a la comunicación, y es su naturaleza dual, de ida y vuelta. La doble dimensión (individual y colectiva) del ejercicio de este derecho, básico para la vida en común y la diversidad de la democracia, supone que debe respetarse tanto a quienes emiten como a quienes reciben ideas y opiniones. Sus alcances deben entenderse como abarcadores de la totalidad de plataformas –como los periódicos, la radio o internet– y situaciones por donde circulan, individual o masivamente, mensajes y contenidos. Más aún, toda forma de expresión de los seres humanos, incluyendo el arte, la cultura, etc. constituyen formas de opinión que deben ser respetadas y cuya responsabilidad compete al Estado como garante del estado de derecho.

Se trata de encarnar el concepto revolucionario de Carlos Soria, en el sentido de que *la información no pertenece ni al Estado, a la empresa*

1. Periodista. Docente de Derecho de la Comunicación y la Información (UNDAV-UNM). Especialista en Educación, Lenguajes y Medios (UNSAM).

de noticias o al periodista, sino al público. Él es el dueño y destinatario final del proceso informativo, y ello excede las plataformas, lenguajes y mecanismos de su producción, distribución y acceso. En la era de los dispositivos digitales unipersonales, la noción de público debe ser más abordada que nunca.

Es que la comunicación, sus medios y dispositivos constituyen la atmósfera social en que se realiza la vida humana. Estar en desconexión o impedido de acceder a licencias de radio, televisión o servicios digitales supondría un estado de muerte civil, ciudadana, cultural, en tanto la totalidad de las prácticas económicas, sociales, políticas e interpersonales están atravesadas por el nuevo ecosistema de la comunicación, desde los medios de masas hasta los *smartphones*.

En medio de los desafíos de la convergencia digital (operadores, dispositivos y lenguajes) aparece el riesgo (y la presión evidente) de subsumir el campo del derecho en la órbita de los intereses corporativos del mercado. Tal reduccionismo vulnera el derecho a la libertad de expresión, como lo confirman tanto los tratados internacionales de los que Argentina forma parte, como la propia Constitución Nacional y la mayor instancia de control de constitucionalidad; la Corte Suprema de Justicia, según su fallo de octubre de 2013.

Tales instancias concuerdan en que internet y la sobreabundancia de la información no ha resuelto el problema de la libre expresión –como argumentan los mercaderes del sector para desregular las redes digitales– y que, por el contrario, esta requiere de escenarios regulatorios que aseguren los principios expresados. Más aún en los tiempos en que las grandes corporaciones de nube y los actores centrales del despliegue digital –como Google y Facebook– se han convertido en editores y manipuladores de la información global.

Un debate con vocación de poder

La Coalición por una Comunicación Democrática (2004) aporta aquí una experiencia de construcción plural asumida por numerosas organizaciones sociales que resulta útil para retomar su legado en los nuevos contextos. En el ADN de la Ley 26.522 pueden encontrarse las raíces históricas que sostienen esta perspectiva. La articulación de esa experiencia de organización multisectorial, convocada por un

proyecto de modificación en las regulaciones que dominaban la distribución del poder del dispositivo audiovisual, hizo posible un amplio debate público. Supuso un ejercicio de profundización democrática que intervino sobre factores concretos de poder como es la distribución del capital simbólico más importante en la democracia: la voz y la imagen. Ello en contextos de alta concentración empresarial y una larga tradición de aprietes mediáticos sobre el Estado.

El texto jurídico se redactó al calor de Foros Participativos de Consulta Pública que permitieron el ejercicio de la palabra como regulador de relaciones reales de fuerzas en lo económico y social, y que dieron contenido previo al debate parlamentario. La norma se aprobó con más de cien cambios al texto emanado del Poder Ejecutivo. Su metodología transversal y construcción participativa, así como el contenido anti monopólico recibieron elogios de la comunidad internacional, incluyendo las Relatorías de Libertad de Expresión de las Naciones Unidas y la Organización de Estados Americanos.

Una de las ideas-fuerza del proceso que protagonizó la Coalición fue que la mediación entre las dirigencias políticas, sociales, sindicales y culturales y la sociedad no podía ser una mediación concentrada privada ni ser de una única modalidad. Sobre todo porque esas mediaciones, los medios en general, nunca son neutros: expresan intereses y, por lo tanto deciden más o menos arbitrariamente, qué dirigentes circulan y cuáles no, y cuáles discursos son promovidos y cuáles destruidos o entorpecidos. Nada de eso cambia en el entorno digital; por el contrario, se multiplica.

Cultura e información en la encrucijada digital

La opinión no se agota en la información, sino que incluye también la cultura, como esfera en que se produce y expresa la identidad nacional. El desarrollo de nuevas plataformas y dispositivos de distribución y acceso están cambiando las modalidades de consumo de los contenidos audiovisuales. Las convenciones internacionales consideran también a los bienes y servicios de la cultura con un doble valor: el económico y el simbólico o cultural.

La Convención Internacional sobre Diversidad Cultural de la UNESCO (2005) propuso al mundo un esquema jurídico global fren-

te a la homogeneidad cultural de la mundialización y la expansión comercial de la cultura industrializada. La diversidad cultural –dice UNESCO– se manifiesta no solo en las diversas formas en que se expresa, enriquece y transmite el patrimonio cultural de la humanidad (...) sino también a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones culturales, cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados.

Por lo tanto, la legislación moderna está actualizando sus directivas y marcos regulatorios para promover el desarrollo de las industrias nacionales y regionales de contenidos como protección de la diversidad cultural y la libertad de expresión. Esa perspectiva mantiene la tendencia regulatoria argentina desde la reforma constitucional de 1994 que incorporó los tratados internacionales y consagró en su artículo 75 el mandato legislativo sobre la protección del patrimonio audiovisual nacional. En esa línea se inscriben la Ley del Cine, la Ley 27.750 de Protección de las Industrias Culturales y la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Estas líneas de sostenimiento del cine nacional y de impulso a la producción local, independiente y nacional se conectan con las políticas de protección de los espacios audiovisuales en el mundo. La Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual (originalmente Directiva de Televisión sin Fronteras) defendió sucesivamente (entre 2003 y 2016) el principio de mayoría europea en los productos ofrecidos por pantallas y redes.

También América Latina creó en la primera década del siglo XXI un conjunto de iniciativas jurídicas y políticas que posicionaron como derechos humanos a la comunicación y la cultura. Argentina, Brasil, México, Uruguay, Ecuador, Venezuela, Bolivia, en distintos grados y medidas desarrollaron iniciativas políticas, jurídicas y constitucionales. En la Declaración Conjunta de 2011 sobre Libertad de Expresión e Internet, los Relatores en la materia destacaron el reconocimiento de los Estados de la región del “acceso a Internet y a otras tecnologías de la información y la comunicación como un derecho fundamental dentro de sus ordenamientos jurídicos” y destacaron el caso de la Constitución de Ecuador que sostiene que “...todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: ‘...el acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación’”, y el de la de México que expresa: “...el Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información

y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet”² (en CIDH: 2013).

Derecho social a la convergencia

La convergencia entonces no puede ni debe ser vista como un ámbito de negocios entregado a la discrecionalidad de corporaciones audiovisuales y de telecomunicaciones o de uso de las redes. Al contrario, su potencialidad requiere una protección mayor todavía tal como lo expresa la Declaración de la CIDH sobre libertad de expresión en Internet³, al consignar que en la actualidad, el derecho a la libertad de expresión “encuentra en Internet un instrumento único para desplegar, incrementalmente, su enorme potencial en amplios sectores de la población”.

Los avances regulatorios logrados con la Ley 26.522 permitieron establecer pautas para reconsiderar las hegemonías multimediáticas sobre la producción, distribución y circulación de informaciones y contenidos culturales, así como generar mecanismos de empoderamiento de los actores sociales en la comunicación. Sin embargo, esa normativa no logró incluir el impacto de los servicios convergentes de telecomunicaciones y radiodifusión en sus límites de concentración de mercado y propiedad cruzada.

Tampoco lo consiguió la Ley 27.078 de Argentina Digital (2014), que intentó en forma voluntarista ratificar el derecho social a la comunicación en las plataformas y afirmar el rol de la política pública en el ámbito digital pero que no pudo revertir los procesos de concentración y convergencia que fueron convirtiendo a la comunicación en un mercado cartelizado y oligopólico.

Los aspectos positivos de esas leyes fueron luego gravemente afectados por decretos y resoluciones dictados discrecionalmente por el Poder Ejecutivo a partir del cambio gubernamental a fines de 2015. Tales actos, realizados mediante la invocación de razones de “necesidad y urgencia” significaron en los hechos un apartamiento de la legalidad constitucional, violentando los principios de autarquía e independencia

2. Fraiman y otros. “21 puntos por el Derecho a la Comunicación. Aportes para el debate sobre una regulación democrática de servicios de comunicación: ampliación conceptual y legislación comparada”, en: *Revista Análisis* N°21 Friedrich Ebert Stiftung, 2017.

3. LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INTERNET. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión Comisión Interamericana de Derechos Humanos. <http://www.cidh.org/relatoria> (2013).

de la autoridad regulatoria, progresividad de las normas y fomento de la multiplicidad de voces que debe caracterizar a la democracia.

El nuevo escenario volvió a convocar a los fundadores de la Coalición para defender la vigencia de la Ley 26.522 y actualizar su plataforma con unos nuevos 21 Puntos que amplían los principios de diversidad, pluralismo y regulación de los monopolios a “todas las formas de comunicación de las personas, incluyendo todos los medios y soportes, cualquiera sea la tecnología utilizada para la difusión y recepción de contenidos”. En la nueva iniciativa⁴ se afirma que “los monopolios y oligopolios, así como el abuso de posiciones dominantes o la concentración indebida, conspiran contra la democracia al restringir la circulación de ideas, informaciones u opiniones”.

El panorama actual, dominado por la gubernamentalización de la autoridad de aplicación sectorial (ENACOM), la entrega de la explotación del espacio soberano a multinacionales de la comunicación y las nuevas formas de manipulación de la opinión pública mediante noticias falsas y burbujas informativas, requiere más que nunca que la sociedad civil retome su protagonismo en defensa propia.

Cabe reparar entonces en un concepto nuevo que aporta el profesor Ricardo Porto en su trabajo “Derecho social a la convergencia. La construcción de la sociedad de la información”. En ese escrito repasa y sintetiza los fundamentos jurídicos de una nueva ciudadanía comunicacional “que le asegure a las personas el derecho a utilizar todas las redes y plataformas audiovisuales, para acceder y difundir informaciones e ideas”. Desde esta mirada, agrega Porto: “El derecho a la convergencia aparece como una manifestación de la libertad de expresión y el derecho a la información. A su vez, se inserta en el concepto de Sociedad de la Información”⁵.

Ese nuevo derecho social a la convergencia debe ser ahora la referencia para convocar a nuevos encuentros y formas de organizar el protagonismo social que nos orienten a seguir trabajando por la democracia informativa como condición para la soberanía política.

4. Los nuevos 21 Puntos por una Comunicación Democrática fueron aprobados por un Congreso de la CCD en marzo de 2016.

5. Porto, Ricardo. *Derecho Social a la convergencia*. La construcción de la sociedad de la información. Editorial Albrematica. elDial.com Biblioteca Jurídica Online. Buenos Aires, 2017.

UNA PLATAFORMA TECNOLÓGICA PARA LA DEFENSA DEL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN

Por Daniel Lanson¹

El aporte que pretenden estas palabras cobra sentido en el marco del libro que componen, como aporte en continuidad complementaria de sus otros textos, desde una perspectiva tecnológica que, pensada para arrojar algo de luz sobre el mar de chucherías digitales que nos inunda, ayuden a establecer los fundamentos conceptuales de una plataforma para la capacitación y divulgación del derecho humano a la comunicación.

Con tal propósito, se entiende propicio recuperar la noción de “sistema técnico” entendido como una compleja integración de tecnologías que hacen a la identidad de su época. Todos los tiempos han tenido uno, desde el manejo del fuego de la antigüedad hasta el vapor y el hierro de la revolución industrial. Y el sistema técnico actualmente vigente, que suele llamarse “digital”, se caracteriza por impactar fuertemente sobre la comunicación humana en general.

Tanto la comunicación del “uno a muchos” que caracteriza a los medios masivos de comunicación, como el “uno a uno” de la comunicación interpersonal (entre pares, familiares, entre miembros de un mismo colectivo) están siendo reconfiguradas por este sistema, especialmente con la incorporación en el plano interpersonal de una fuerte mediación² antes solo presente en los medios de comunicación. Dicho sistema no solo reconfigura las comunicaciones por su carácter *fenómeno-técnico* –es decir, por su capacidad de hacer posible una percepción de lo comunicado–, sino también, y en gran medida, por

1. Ingeniero audiovisual. Docente universitario.

2. Principalmente con los dispositivos como los *smartphones*, y plataformas como las redes sociales.

su rol en las prácticas cotidianas, en el accionar de los actores en sus territorios y en sus respectivas capacidades de interpretar el contexto concreto en el que viven.

A su vez, los finales de esta segunda década del siglo XXI no se parecen mucho a sus albores. Aunque muchos de los que peinamos canas nos entretengamos rememorando los artefactos que otrora parecían revolucionarios, los nativos de este siglo no encuentran interés alguno en ellos; entienden como dado por hecho que un equipo digital, con su pantalla táctil y su conectividad móvil pueda realizar múltiples acciones a la vez y permitir el acceso a todo tipo de información en cualquier momento y lugar. Y más allá, no ven como ciencia ficción las tecnologías que se proponen en la serie *Black Mirror* (como la continuidad de la vida después de la muerte en sistemas informáticos, el registro audiovisual de todo lo visto, entre otras tecnologías próximas, pero hoy inexistentes, que modificarían la organización de la sociedad).

Entonces, a pesar del relativamente poco tiempo transcurrido, estamos en otra época. Este sistema técnico digital incorpora conceptos como “la nube”, que hace alusión a experiencias de usuarios sin un correlato con su realidad física³ como las “redes sociales”, que emulan vínculos interpersonales pero muchas veces solo apañan y esconden soledades; o como la “posverdad”, ese neologismo que pretende describir una nueva forma de construir la realidad basada en las emociones cuando se trata del viejo poder de configurar el sentido común que ostentan los medios masivos de comunicación devenidos hoy en multimedios-multipantalla articulados en red.

Así entendido, este sistema técnico se caracteriza por la *virtualidad* que genera; por la representación que ofrece de un “mundo que podría ser” actual y/o real, es decir, por “una realidad en potencia” que resulta “virtual” en tanto tiene oportunidad de hacerse real en la experiencia del usuario. Así, la “nube” con sus capacidades, las “redes sociales” con sus contactos y la posverdad –entre otros– son conceptos emergentes de un sistema técnico que ha definido la identidad de esta época en torno a tal “potencia de ser” que representa la

3. Cuando, en realidad, son montones de servidores integrados en múltiples centros de datos interconectados.

virtualidad⁴. Una potencialidad que permite pretender ser, hacer creer que se es o que algo es. Pero más allá de la experiencia, no hay “nube”, ni “redes sociales” sin una infraestructura que sustente su funcionamiento; no hay posverdad sin el andamiaje tecnológico-mediático que la construya. No son entelequias. Y, en tanto infraestructura, tienen propietarios con intereses que deben entenderse como actores socio-políticos con un importante peso en las configuraciones de los territorios; intereses que hoy se muestran en clara confrontación a los intereses del pueblo.

En este marco, este *sistema técnico digital* requiere una relectura en clave crítica que supere las perimidas visiones modernas y el pensamiento único, para incorporar al debate la concepción de la comunicación como derecho humano (ver otros artículos de este libro, especialmente los de Alcira Argumedo, Luis Lazzaro, Omar Plaini y el Papa Francisco). Una relectura que ponga en relieve a los actores intervinientes con sus respectivas herramientas, y transparente su opacidad para el pueblo y sus organizaciones sociales. Tal relectura, que se propone realizar en el marco de Codehcom, posibilita sentar las bases conceptuales para la construcción de una *plataforma* destinada a la *divulgación* del derecho humano a la comunicación en la sociedad, la *capacitación* de los miembros de toda organización social que se propongan una sociedad justa, así como de los ciudadanos en general, en lo relativo a dicho derecho; y a la *investigación y desarrollo* de herramientas que sienten las bases para una alfabetización informática (ver texto de Jorge Zaccagnini), para la intercomunicación democrática y libre en el marco de las organizaciones, y para todo otro proyecto orientado a la defensa del derecho humano a la comunicación que se base en una construcción colectiva, participativa y bidireccional del conocimiento y el poder popular.

Tal plataforma comprende entonces una multiplicidad de herramientas orientadas a diferentes fines. Por un lado, herramientas pedagógicas digitales que faciliten compilar y compartir documentos e intercambiar experiencias, y herramientas para la producción de materiales didácticos a ser utilizados en encuentros y jornadas de

4. Es importante diferenciar lo *virtual* (Auge, 2011) del *simulacro* (Baudrillard, 1981); es decir, la “potencia de ser” del artilugio tecnológico que emula una realidad.

capacitación, o publicados en diferentes medios para su divulgación masiva. Por otro lado, resulta pertinente que la plataforma cuente también con herramientas orientadas al desarrollo de nuevos instrumentos de comunicación para las organizaciones, pensadas desde la cultura y la idiosincrasia propia de las organizaciones argentinas y latinoamericanas, al tiempo que les permitan soslayar las limitaciones y dependencias que imponen las plataformas propiedad de las grandes multinacionales. Es decir, una plataforma para la capacitación, la divulgación y la defensa colectiva del derecho humano a la comunicación.

DERECHO O NEGOCIO

Por **Gustavo López**¹

“Se escucha la voz de los demás con los oídos, la de uno mismo con la garganta.” Esta frase, extraída de una película de Woody Allen, muestra de manera sencilla que cuando hablamos de comunicación, es necesario ampliar la diversidad de voces, sino estaremos frente a monólogos o hegemonías pero no frente a un derecho.

Nadie habla por uno, por sus intereses, sus sueños o sus ideales. Por eso es tan importante plantear, una vez más, que la comunicación es un derecho humano básico y no un bien de mercado y que la legislación debe garantizar la mayor pluralidad en materia de diversidad.

Al igual que en la década de los noventa, nuestro sistema de comunicación social está sufriendo un retroceso brutal en materia de concentración que difícilmente se pueda revertir en el corto plazo.

Vale la pena analizar los contextos políticos de cada época y comprobar que sin la intervención estatal, el “mercado” hace su negocio, que no sólo se refleja en ganancia en sus balances.

Contexto político de los años 90 y contrareforma actual

Los años noventa dejaron su marca. Las políticas llevadas a cabo en nuestro país por el denominado “modelo neoliberal” conformaron, en realidad, un programa salvaje de desmantelamiento del sector público. Detrás de supuestos objetivos de racionalizar y hacer más eficiente la economía, se implementó un plan que debilitó las capacidades de la sociedad de regular los mercados. Este proceso, basado

1. Abogado y periodista. Profesor regular de Derecho Público (UBA) y de Derechos Humanos de la Un Paz. Docente de Políticas Públicas en la Maestría de gestión cultural; Filosofía y Letras (UBA).

en la denominada teoría del libre mercado, no ha tenido influencia sólo en lo económico. En las esferas de lo político, lo ideológico y lo social se forjó una sociedad injusta y una democracia muy débil que no logró frenar los procesos de exclusión social.

Lo que ocurrió en la Argentina de los noventa fue un proceso de construcción social de identidad del excluido. Revertir ese proceso devastador implicaba justamente poner en marcha los mecanismos políticos, sociales y también culturales para reconstruir una identidad integradora, de pertenencia social.

El proceso de globalización se caracterizó también por imponer discursos y prácticas hegemonzadores que le otorgan la apariencia de un fenómeno prácticamente natural, resultante del desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, si se aborda su análisis desde el punto de vista político y cultural, es posible entenderla como una profunda reorganización del poder económico y político a escala mundial en la cual, como dijo Juan Carlos Portantiero, algunos países globalizan y otros son globalizados.

En ese sentido, Jesús Martín Barbero sostiene que “para ser reconocidos por los otros es indispensable contar nuestro relato, ya que la narración no es sólo expresiva, sino constitutiva de lo que somos tanto individual como colectivamente. Y, especialmente en lo colectivo, las posibilidades de ser re-conocidos, tenidos en cuenta y de contar en las decisiones que nos afectan depende de la capacidad que tengan nuestros relatos para dar cuenta de la tensión entre lo que somos y lo que queremos ser”.

Después de doce años de políticas populares, que incluyeron la sanción de una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual democrática, con más resistencia que en los noventa (ya que lo sucedido también dejó su huella), estamos enfrentando otra escalada concentradora que intenta naturalizarse a través de reglas de mercado.

Problemas de la concentración

Existe una tendencia natural a la concentración en materia de radio y televisión. Se trata de un mercado imperfecto, en el que no hay gran competencia económica y en el que la intervención del Estado es fundamental para limitar la tendencia, pero no para solucionarla.

Las empresas tienden a la concentración básicamente por dos motivos: uno de orden económico y otro de carácter político. El primero, se relaciona con la baja de costos y aumento de la rentabilidad; y el segundo, es porque las empresas tienen capacidad para operar sobre el Estado como un actor político diferenciado, lo que los politólogos denominan grupos de presión.

Denis de Moraes, citando a Miège, señala que: “La información se ha convertido en la principal fuente alimentadora de los engranajes indispensables a la hegemonía del capital. Tener acceso e intercambiar informaciones producidas por organismos especializados, instantáneamente y a bajo costo, representa hoy ventajas determinantes para quienes pueden hacerlo, en comparación con los que no tienen la posibilidad de realizar estas acciones, o que no poseen aún conciencia sobre el valor de esta diferencia”. Y agrega: “La información es un paradigma que cruza todas las actividades sociales; esta transversalidad la vuelve a la vez imperceptible y omnipresente”. (2002: 3-4).

Ex colaborador de Bill Clinton y hoy presidente de una consultora de negocios globales, David Rothkopf no duda en afirmar que para los Estados Unidos “el objetivo central de una política externa en la era de la información debe ser ganar la batalla de los flujos de información mundial, de la misma forma en que Gran Bretaña reinaba antiguamente sobre los mares”. (Schiller, 1998)

David Harvey (2005: 128-129) subraya el énfasis permanente del capitalismo en la “obtención del resultado monopólico”, que implica el control de la particularidad, de la exclusividad y de las cualidades de un determinado objeto, de manera de garantizar ingresos permanentes y ampliados. Para preservar poderes monopólicos, las corporaciones recurren a dos estrategias principales: amplían la centralidad del capital, con el propósito de obtener economías de escala y liderazgo en el mercado por medio de derechos de registro, leyes de licenciamiento y derechos de propiedad intelectual. (Harvey, 2004: 85).

Samir Amin (2005: 87-89) observa que las asimetrías entre los centros hegemónicos, de los cuales las mega empresas son exponentes; y las periferias, se constituyen a partir de cinco monopolios que benefician a los centros de poder y alrededor de los cuales se articulan la eficacia de sus acciones.

1. Los monopolios en el ámbito de la tecnología.
2. Los monopolios en el control de flujos financieros de envergadura mundial.
3. Los monopolios en el acceso a los recursos naturales del planeta.
4. Los monopolios de la palabra y de la opinión en los medios.
5. Los monopolios en la esfera de los armamentos de destrucción masiva.

El proceso de concentración en la Argentina fue horizontal, vertical y conglomeral. Es decir, que algunos grupos se expandieron tanto en el mismo mercado, como hacia adelante y atrás de la cadena de valor, como en diagonal, saliendo de la rama de origen. El ejemplo más claro es el Grupo Clarín, que del diario original, pasó a una integración vertical con la cadena de valor al asociarse a Papel Prensa que le provee a precio diferencial el insumo básico de pasta de celulosa y luego, hacia fines de los ochenta, se expande conglomeralmente en radio y televisión conformando un grupo multimedia. Hoy, gracias a los beneficios otorgados por el gobierno de Macri, es la primera empresa que ingresa al cuádruple play, al absorber a Telecom, consolidándose como la más importante empresa de medios del país.

La concentración genera problemas económicos, ya que provoca prácticas anticompetitivas. El primer problema son las políticas de precios predatorios que ahogan a la competencia. El otro problema es el del cuello de botella, favoreciendo un producto propio en detrimento de otro de la competencia. A estos dos problemas se debe agregar un tercero, que es el de los subsidios cruzados y la consecuencia más importante, la desaparición de la diversidad, de la disidencia, de la otredad.

Qué proponemos

Cambiar la lógica de análisis que quieren imponer, terminar con la falsa teoría del mercado y volver a plantear, como lo establece la Convención Americana de Derechos Humanos, que la comunicación y el acceso a la información son derechos humanos básicos, sin los cuales resulta imposible desarrollar una sociedad democrática.

Llenar el espacio de voces para que no atrone el silencio.

COMUNICAR NO ES UNA OPCIÓN, ES UNA MISIÓN

Por **Juan Carlos Molina**¹

Después, Jesús eligió a setenta y dos discípulos, y los envió en grupos de dos en dos a los pueblos y lugares por donde él iba a pasar. Jesús les dijo:

“Son muchos los que necesitan entrar en el reino de Dios, pero son muy pocos los que hay para anunciar las buenas noticias. Por eso, pídanle a Dios que envíe más seguidores míos, para que compartan las buenas noticias con toda esa gente. Y ahora, vayan; pero tengan cuidado, porque yo los envíe como quien manda corderos a una cueva de lobos.” Lucas 10, 1-3

Algunas reflexiones que siempre me andan dando vueltas sobre este texto y quiero asociar a la idea de la comunicación como derecho y como camino de salvación:

1. Comunicar PARA JESÚS no es una opción. Es una misión.

Si los discípulos “no salen” a comunicar, o a anunciar, o a mostrar el Reino de Dios y su justicia, es muy difícil que los pobres, los excluidos, los descartados, los campesinos, las prostitutas, las viudas, los leprosos, los endemoniados: todos aquellos que no tenían acceso a derechos, conozcan, encuentren, entiendan el mensaje de liberación que el Dios de la Vida les propone.

1. Cura católico. Ex Secretario de Programación para la Prevención de la Drogadicción y la lucha contra el narcotráfico (2013). Conductor del programa radial Rompiendo moldes.

2. “Son muy pocos los que hay para anunciar la Buena Noticia”

Y en aquella época, los que tenían que anunciar a Dios eran más hipócritas que comunicadores. Estructuraban, manipulaban y comunicaban el mensaje de Yaveh al pueblo. No vivían lo que comunicaban. No había coherencia. Ponían grandes cargas sobre los hombros de los demás y ellos no eran capaces de mover un dedo. Un Dios conveniente a su conciencia, a su política y a su bolsillo, jamás del lado del pueblo.

Por eso para Jesús fue fundamental “armar” un nuevo equipo de comunicadores. De dos en dos. Por todos los pueblos. Con pocas cosas. Expulsando demonios. Llevando la paz. Como ovejas en medio de lobos.

3. “Por todos los pueblos”

Jesús tiene interés en el hombre, en su historia, en su presente y en su dignidad. En los de Israel y en los de “más allá”, por eso va a Tiro, región fuera del pueblo elegido (Mc 7,24).

Sabe que entre sus manos no tiene sólo ideas sino que es depositaria de una Verdad que tiene que llegar a todos los hombres: “la salvación, el reino, está entre ustedes” (Lc 17,21).

La Buena Noticia es que para Dios todo es al revés: los de arriba tienen que ponerse a servir: los de abajo son los más queridos. Dios no es patrimonio de ricos o poderosos: ni siquiera es poder: Dios es alimento, luz, liberación.

Y esta es una verdad, una noticia que no puede quedar entre unos pocos, no es para un nicho, para los que hablan el mismo idioma. Hay que salir, pasar a la otra orilla, a los otros pueblos. Llegar a los griegos, ese mundo con otras ideas; y a Roma, la cuna del poder imperial.

Saben los discípulos que cruzar esa barrera del círculo íntimo, andar por todos los pueblos, tenía consecuencias duras, incluso la muerte. Pero había conciencia, de que “no podían callar lo que habían visto y oído.” (Hech 4,13-21)

Ya lo decía San Pablo: “Ay de mí si no evangelizase”. (1 Cor. 9, 16)

4. “Comunicar el Reino de Dios”

El Reino de Dios fue la verdadera pasión de Jesús, el núcleo, el corazón de su mensaje, lo que inspiró toda su vida y también la razón por la que fue condenado y ejecutado.

El Reino de Dios es la alternativa de Jesús.

El Reino de Dios es mucho más que una religión, va mucho más allá de las creencias, los preceptos y los ritos de una religión; *es una manera de entender y de vivir a Dios que lo cambia absolutamente todo.*

Quería ver realizado entre los hombres el proyecto de Dios: una vida más digna y dichosa para todos y todas, ahora y para siempre. El Reino de Dios se abre camino ahí donde los enfermos son rescatados del sufrimiento, los endemoniados se ven liberados de su tormento y los pobres recuperan su dignidad. Dios es el anti mal, busca destruir todo lo que hace daño al ser humano.

Jesús no se dedicó a organizar una religión más perfecta desarrollando una teología más precisa sobre Dios o una liturgia más digna. Lo que verdaderamente le preocupó fue la felicidad de la gente. Por eso se entregó a eliminar el sufrimiento y a luchar contra todo lo que hace daño o permite la humillación de las personas.

Jesús amó a los más pobres e indefensos de la sociedad y nada ha amado más Jesús que a ellos, ni siquiera la religión, la ley o las tradiciones más venerables.

El mensaje a transmitir era muy claro y contundente. No había medias tintas, ni manipulaciones y silencios cómplices. Comunicar el Reino no era, ni es, buscar el remanente económico o la ideología falsa; acercar la buena noticia, hacerla accesible, apreciable, es uno de los motivos por los que el binomio misión-comunicación es inseparable.

5. “Como corderos en medio de lobos”

Comunicar es correr riesgos

Cuando Jesús, en la parábola de los talentos (Mt 25,14-30) condena la reacción del tercer siervo que esconde los talentos (unidad de medida monetaria), condena el no arriesgarse, el no jugarse, el esconderse por miedo.

Lo condena por “negligente”. Porque pone excusas. Para este tercer empleado la culpa siempre es del otro, es por el cansancio, es culpa del horario, es culpa de...

No se atreve a correr riesgos. El miedo lo tiene bloqueado. No es libre para responder de manera creativa a la responsabilidad que se le confió. Lo más seguro es conservar el talento. Con eso basta. Es vago. Es incapaz de construir.

A pesar de su aparente inocencia, la parábola de los talentos encierra una carga explosiva. Sorprendentemente, el “tercer siervo” es condenado sin haber cometido ninguna acción mala. Su único error consiste en “no hacer nada”: no arriesga su talento, no lo hace fructificar, lo conserva intacto en un lugar seguro.

El mensaje de Jesús es claro. No al conservadurismo, sí a la creatividad. No a una vida estéril, sí a la respuesta activa. No a la obsesión por la seguridad, sí al esfuerzo arriesgado por transformar el mundo. No al esconderse permanentemente para que no te molesten, sí a poner al servicio de algo más grande tu capacidad y con alegría. No a la fe enterrada bajo el conformismo, sí al trabajo comprometido en abrir caminos al reino y su justicia.

El gran pecado de los seguidores de Jesús —y también de los ateos católicos, que son aquellos que no creen en Jesús, o en la iglesia, o en la religión, pero entienden el mensaje profundo y se ponen a laburar y a militar para que el otro este mejor, justicia social que le dicen, amor para Jesús—, puede ser siempre el no arriesgarnos de manera creativa.

Hoy, en estos tiempos difíciles, donde todo está en contra del pobre, del trabajador, del joven, del pueblo, lo que menos necesitamos es la famosa prudencia para comunicar. Prudencia que encierra un temor al patrón que nos puede castigar.

Y lo más grave puede ser que creamos que estamos respondiendo fielmente a Dios con nuestra actitud conservadora, como el siervo prudente, cuando en realidad estamos haciendo que se devalúe el mensaje liberador.

6. “Son muchos los que necesitan entrar en el reino de Dios”. Entre la masa y la persona.

Estaba Jesús rodeado de gente, que lo apretujaba y lo empujaba; es la multitud anónima que rodea a Jesús. Muchos lo tocan incluso físicamente, y no sucede nada; no se distingue a ninguno, nadie asume un papel de relieve; ninguno aparece con un rostro o un deseo propio. Es la imagen de las masas que se califican como disfrutadores pasivos del mensaje, pero no transforma.

Pero entre la masa hay una persona que emerge. Es una mujer que pierde sangre (vida) y no logra curarse, a pesar de que hizo todo lo que está a su alcance (la hemorroisa, Mc 5, 25-34). Pero tiene su proyecto de vida, una voluntad precisa y sobre todo una gran fe. Tiene tanta confianza en Jesús que piensa que con sólo tocarle el manto, se curará. Por eso, estando metida en la misma multitud, vive un proceso de intensa personalización; entra en contacto auténtico con Jesús, contacto del que el mismo Jesús es consciente y hasta lo dice públicamente. De la masa ha salido una persona. ¿Quién tocó mi manto?

Este emerger de la persona por encima de la masa sucede mediante la comunicación de la curación que hace Jesús a la mujer.

También mediante los medios de comunicación social es posible una verdadera comunicación humanizadora y salvífica. Es necesario favorecer el proceso de la salida de la masa para que las personas dejen de ser disfrutadoras anónimas de los mensajes y de las imágenes masificadas, y entren en una relación personal como receptoras dialogantes, activos y vigilantes.

Comunicar es mucho más que decir. Es transformar. Es una misión.

MARCA DE CLASE

Por **Alejandro Mouján**¹

No puedo hablar de la comunicación desde un saber técnico o académico, no sé de comunicación ni desde el punto de vista sociológico, psicológico, de ninguna disciplina. No soy un militante de la comunicación. Sólo puedo hablar desde mi práctica como cineasta en la que comunicación va unida a una práctica artística. Si bien todo tiene algún mensaje, no pienso a priori en el mensaje sino en lo que me conmueve y me impacta, esto me impulsa a generar determinada obra audiovisual, en general películas documentales.

Como también soy un hombre político, mis obras tienen esa impronta. Lo que me conmueve en general tiene que ver con hechos, personas, situaciones de lo más variadas tanto localmente como en parajes muy apartados de donde vivo, Chaco o Palestina. Me puedo emocionar al contemplar un río o lo que produce la trayectoria de la luz hasta la indignación y el dolor por un crimen, una injusticia social, un hecho de discriminación o la emoción por las expresiones de rebeldía individual o colectiva.

Todos y todas tenemos derecho a acceder a los medios que nos permitan comunicar con libertad nuestra visión del mundo, nuestra sensibilidad, compartir lo que nos impacta, lo que nos afecta de las formas más variadas, provengamos de donde provengamos. Hay universos variados, infinitos, todos tienen derecho a ser comunicados, desde el de quien cría chivos en un paraje en Santiago del Estero hasta el de quien trabaja en el diseño de un satélite en Bariloche.

Hoy eso es muy difícil –por no decir casi imposible– en determinados contextos. Los contextos que nos dificultan la comunicación para mí son fundamentalmente políticos y de clase. Nuestra posición

1. Director de cine. Director del Área Cine de la TV Pública (2006-2015).

política nos puede costar desde el no acceso a medios de producción, por lo tanto la no posibilidad de financiar nuestros proyectos o tener acceso a la tecnología necesaria para llevarlos adelante, hasta la censura expresada en la negación a exhibir determinadas obras en forma directa o el “ninguneo” mediante diferentes técnicas de ocultamiento.

La pertenencia de clase también marca el acceso a los medios de comunicación, de producción de imágenes y discursos, el ser trabajador ocupado o desocupado, campesino, indígena, inmigrante, condiciones acentuadas en el caso de ser mujer, la voz de la mujer trabajadora, campesina, indígena es doblemente negada. Está instalado que la vida y los conflictos o las alegrías del pueblo no interesan a los medios, sólo interesan sus vidas cuando aparece la violencia, cuando es posible estigmatizarlos, humillarlos, aislarlos en beneficio de los poderosos.

LO QUE IDEOLOGÍA NON DA, POLÍTICA NON PRESTA

Por **Oscar Nocetti**¹

El producto bruto que aportan las cooperativas a la economía argentina representa el 10% del total y en crecimiento. Son miles de organizaciones solidarias que, sobre todo en el interior del país, aportan sustancialmente a la calidad de vida de millones de asociados. Sin embargo, es un sector que no está visibilizado por los medios de comunicación y al que los economistas, en especial aquellos que tienen estrechas relaciones con las corporaciones, ignoran en sus análisis. No es un hecho inocente: las cooperativas, especialmente las que brindan servicios públicos, compiten en gran parte de la geografía argentina con las corporaciones del gas, la electricidad, la telefonía, televisión por cable e internet y lo hacen desde hace casi cien años.

Las cooperativas en muchas ocasiones operan en geografías marginales y con escasa población, donde a las corporaciones no les interesa; pero a medida que las organizaciones solidarias han crecido y expandido su economía y ámbitos de incumbencias (algunas de ellas son poderosas en ciudades capitales de provincias como Santa Rosa y Neuquén) la situación cambió. El “ninguneo” de las empresas privadas con fines de lucro ha cambiado y ahora se encuentran con una competencia que les quita importantes porciones de mercado y, sobre todo, muestra a los ciudadanos que otras formas de organizaciones populares no sólo son posibles sino económicamente virtuosas.

Ahora las corporaciones combaten a las cooperativas mediante la omisión; actúan como si no existiesen. Por su parte los economistas y analistas económicos, que se cuidan de enfrentar a sus empleadores

1. Lic. en Filosofía y Master en Economía. Cooperativista. Integrante de la CEP, Cooperativa Popular del Electricidad, Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa, La Pampa.

y/o principales mecenas, se abstienen de referirse a ellas y analizar el impacto social y económico de estas empresas de capital social.

Para las cooperativas, la democratización de los recursos y el acceso a las licencias para poseer medios de comunicación es un objetivo por el que han peleado desde hace décadas. El derecho a una comunicación autónoma y la posibilidad de que voces cooperativas tengan dispositivos que las multipliquen nos estuvo negado.

La Ley de Medios de la época kirchnerista nos abrió una brecha en el sistema concentrado de medios al permitirnos obtener licencias de televisión por cable y el acceso al triple play. Pero esa misma Ley exigía a las cooperativas, y sólo a ellas, pasar por un kafkiano organismo denominado Defensa de la Competencia que debía proteger a las concentradas corporaciones mediáticas de una presunta competencia desleal de las cooperativas. Los expedientes que allí ingresaban se demoraban aviesamente y sin que nadie diese una explicación. Era (¿es?) un organismo inficionado por los grupos mediáticos concentrados que el kirchnerismo no pudo o no quiso desguazar. Fue necesario apelar a acciones políticas intensas para que las cooperativas de servicios públicos comenzáramos a tener licencias y ser propietarias de medios de comunicación.

Desde el punto de vista democrático, el ámbito de las comunicaciones ha sufrido un eclipse. El gobierno neoliberal que asumió a fines de 2015 anunció estentóreamente una nueva ley modernizada y acorde a las nuevas tecnologías que incorporase las novedades que trae la convergencia tecnológica. La presentación de este nuevo proyecto de ley ha sido postergada ya de un modo crónico.

Todo indica que cualquier atisbo de apertura a la libre expresión de las opiniones irrita al gobierno macrista. Busca blindarse de las críticas hostigando a los disidentes e incluso a quienes no lo son pero expresan justificadas observaciones sobre los procedimientos del presidente, los ministros u otros funcionarios.

Tiempos, en que lo que se dice de ellos no puede revelarse en los medios y lo que podrá decirse de ellos nunca llegará a los medios. El círculo virtuoso de la censura.

CORTAR CON EL GOCE CAPITALISTA

Por **Néstor Piccone**¹

El éxito histórico más importante de las empresas capitalistas fue el de ocultar su rol de antagonistas principales en la batalla cultural.

El sistema capitalista se encamina, no sin algunos contratiempos, a establecer un modelo de Estado Global montado sobre ese ocultamiento de más de un siglo de duración. En el año 2017, según el informe de Oxfam, el 82% de la riqueza generada en el planeta quedó en manos del uno por ciento de la población; mientras que el cincuenta por ciento de seres humanos no recibieron ninguna mejora en sus ingresos. Las 42 personas más ricas del mundo acumulan la misma riqueza que 3.700 millones de la misma especie.

Esa concentración de poder económico está en disputa hoy con los Estado Nación. Son las Grandes Empresas Multinacionales Concentradas las que tomaron la decisión de romper el esquema y los límites que les ponen los gobiernos de los estados nacionales.

Y cuentan con un poderoso arsenal de Medios de Comunicación y el manejo de las tecnologías y las redes con capacidad de llegar a cualquier territorio y al oído de casi todos los ciudadanos de la tierra.

Ellos construyen la falsa idea de la interconexión universal e infinita al tiempo que desde ese lugar propagan la ilusión de una sociedad informada y que se expresa libremente.

En nuestro país y en todo el continente latinoamericano (para unificar el ejemplo en un determinado espacio geográfico) se viven las mismas experiencias. Tras una década de históricas coincidencias políticas y sociales, los gobiernos populares van cayendo uno tras otro;

1. Periodista, Psicólogo. Director de TeleSur (2007). Gerente de Noticias de Radio Nacional (2003-2008) y Canal 7 (2007). Co-fundador de CTA y Secretario de Difusión (1989-2001).

y en todos los países, el método de demolición es el mismo. Los ejércitos multimediáticos y la subordinación del Poder Judicial a los designios y demandas de los Grandes Grupos Económicos Transnacionales.

Para lograr el doble cometido de crecer en riqueza y control de poder, las grandes empresas necesitan jibarizar las reglas democráticas y las instituciones garantistas surgidas bajo el estado de bienestar. Semejante propósito no hubiera sido posible sin intervenir el sistema comunicacional.

De la radio a la televisión y de internet a las redes sociales, el patrón fue y es el mismo: construir poder, multiplicar la riqueza y concentrar recursos tecnológicos y culturales.

Con esos mecanismos, cada vez más sofisticados, llegaron a mezclar política, entretenimiento y consumo. Y con la apropiación de los dispositivos comunicacionales terminaron sustrayéndole a los Partidos Políticos los votantes devenidos en clientes, clientes listos para votar a los dueños de las empresas. El proceso requirió de una planificada destrucción del rol mediador del Estado y del sueño liberal de la prensa y el periodismo pensados como independientes, asumiendo alguna suerte de contrapoder.

El dispositivo capitalista a través del entrelazamiento y concentración del sistema financiero, sumado al control de la matriz energética y la producción de alimentos, avanza sobre el adueñamiento de las redes y contenidos comunicacionales decidido a configurar un cambio de mundo, aboliendo de hecho algunos pactos civilizatorios.

Este descomunal y sistemático operativo está destinado a establecer nuevos parámetros de justicia, nuevos términos para la aplicación de condenas y nuevos conceptos a través de los cuales se redefinan los términos de la corrupción, el ejercicio de la violencia y hasta las formas de representación.

Todos los días los sectores más ricos corren un poco más la gruesa línea que los separa de las clases populares y sus dirigentes más representativos. Graficada permanentemente en los Medios, el público accede semiadormecido a fallos insólitos, detenciones arbitrarias, censura o proscripciones políticas en contradicción con las lógicas imperantes hasta no hace muy poco tiempo.

Los ejemplos se multiplican ya sea en Brasil, Honduras, Ecuador, Argentina, Grecia, España, Siria, Turquía o Francia.

En la Argentina, el movimiento nacional y popular, atomizado; sin organización ni conducción articulada de pensamientos y sectores, vive con perplejidad el avance del complejo empresarial-mediático-legal que, como nunca antes, controla las estructuras del Estado. Pero la diferencia con Brasil, por ejemplo, está en las formas organizativas que adoptó el movimiento popular, desde el Poder Real el tratamiento es el mismo.

La resistencia, floreciente en las redes sociales, no debería festejarse como exitosa tan graciosamente como parece.

Hay que decirlo: las redes sociales son un invento destinado a conseguir más clientes para el mercado global y ejercer el control social.

Las redes son fruto del desarrollo del mercado capitalista global. Por eso hay que pensarlas, también como herramientas destinadas a profundizar el individualismo, incentivar la pereza reflexiva y crear falsas muestras de universalidad.

La interacción humana a través del whatsapp, sin ningún tipo de prevención o protocolo que garanticen veracidad y respeto por el derecho a la información veraz, comienza a mostrar su debilidad. Los textos, memes, gif o videos, a la manera de una bomba de racimo, van impactando sobre la credibilidad y eficacia del instrumento.

La multiplicación de las réplicas de un mensaje de whatsapp, o Twitter, los *Me Gusta* de Facebook o Instagram no suplen la construcción organizativa.

Con la iniciativa del Colectivo por el Derecho Humano a la Comunicación, Codehcom, queremos participar del debate y comenzar colectivamente a responder las preguntas que se repiten de norte a sur del continente: ¿Por qué la gente vota como vota? ¿Por qué los jubilados y otros tantos colectivos sociales eligen para que los gobiernen a los dueños de las empresas que los perjudican a diario? ¿Por qué el Estado pasa a manos privadas?

Detrás de cualquier dispositivo comunicacional hay una ideología; para convertirlo en un arma propia es fundamental ejercitar el pensamiento crítico, contraponer ideología y construir organización.

Con Codehcom queremos aportar reflexiones, ideas y acciones. Desde este colectivo plural, interdisciplinario, intersectorial, intentaremos aportar a la construcción de la reorganización permanente del movimiento nacional, popular, latinoamericano.

Nos mueve la idea de No Retroceder ante el Poder del capitalismo en su etapa neoliberal. Es necesario cortar con el goce empresarial capitalista que esconde su poder detrás de la propaganda y la manipulación, multiplicada a través de su aparato económico-político-mediático.

COMUNICACIÓN, MOVIMIENTO OBRERO Y PUEBLOS LIBRES

Por **Omar Plaini**¹

En la era de la tecnología, de las redes globales y de un mundo hiper interconectado, donde internet ofrece un sinfín de información con solo presionar un par de teclas de una computadora o de un teléfono móvil, en la Argentina, a lo largo y lo ancho de nuestro territorio, existen espacios reales, populares, callejeros, donde los ciudadanos pueden acceder a la información más cotidiana: los kioscos de diarios y revistas.

En estas sencillas arquitecturas desplegadas de chapa, por lo general emplazadas en las verederas de todos los barrios, se produce el nexo entre la producción y la recepción de la información, transformándose, el kiosco, en un engranaje que facilita el derecho a la comunicación, promoviendo la libertad de expresión y de acceso a la información.

Los kioscos de diarios y revistas permanecen abiertos trescientos sesenta días al año, exhibiendo la diversidad de las publicaciones en un mismo plano de igualdad. La información se encuentra al alcance de la mano de las personas, y esto es de gran importancia, ya que elimina cualquier brecha socio económica, posibilitando el acceso al contenido, permitiendo al ciudadano estar informado, tal cual lo estipula la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA, que reza:

Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

1. Secretario General del Sindicato de Canillitas, Secretario Administrativo de la CGT.

Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social.

A todos nos caben las generales de la Ley, desde los Canillitas, pasando por cada ciudadano/a y por supuesto a los trabajadores/as y a sus representantes en el movimiento obrero. Según el grado de poder con el que cada uno cuente, es posible defenderse de la estigmatización cuando no del ocultamiento que los más poderosos logran imponer sobre la población.

Pero el movimiento obrero, con más precisión el sindicalismo, viene sufriendo desde hace mucho tiempo fuertes embates desde el poder económico. De por sí, este poder rechaza cualquier modelo organizativo que lo cuestione, lo enfrente o que simplemente no responda a sus intereses. Y para eso despliega, por todos los Medios, una ofensiva destinada a desbaratar toda forma organizativa que los ponga en contradicción y los desnude frente a la sociedad. No se trata de defender lo indefendible, pero resulta imprescindible que todos los ciudadanos/as, los trabajadores/as y sus organizaciones podamos hacer conocer nuestras verdades, nuestros objetivos, nuestras luchas, sin necesidad de tener que hacer aclaraciones previas.

Defender el derecho a la comunicación es también construir un modelo de comunicación que nos exprese a todos, con nuestras miserias pero también con nuestros ideales y propuestas. Los empresarios cuentan con muchas ventajas económicas y su poder de fuego mediático, a veces, parece imparable. Es entonces donde la organización, con una consigna clara y un concepto construido colectivamente sobre el derecho a la comunicación puede jugar un rol fundamental.

Codehcom está en esa línea. Para construir, no para imponer, pero con claras convicciones de que el derecho a comunicar debe incluirnos a todos.

La Comunicación es un Derecho Humano que hace a la calidad de la Democracia, a la construcción de una sociedad con capacidad de comprender los procesos históricos y coyunturales. Derecho Humano

que le permite al individuo desarrollar un pensamiento crítico, evolucionar y tener la capacidad de hacer un aporte para el bienestar general. Derecho Humano que fomenta la hermandad de los pueblos, la interrelación social, cultural, económica y política. El derecho a ser informado e informar libremente, con pluralidad de voces, es fundamental para impedir el discurso único, concentrado, agobiante, opresor, manipulador, al que echan mano algunos estamentos del poder, apoyados por los grandes multimedios de comunicación.

La multiplicidad de información y su acceso construye miradas críticas, pueblos libres y democracias más saludables. En esa tarea siempre vamos a estar los “Canillitas”.

LEY DE MEDIOS: LA REVOLUCIÓN DETENIDA O EL REEMPLAZO DE LA POLÍTICA

Por **Daniel Rosso**¹

Las cuatro paradojas

Hay un discurso que se repite desde ciertas variantes del análisis comunicacional: es el que cuestiona el uso arbitrario de la publicidad oficial por parte de los gobiernos kirchneristas.

La discusión es obvia: desde los gobiernos nacionales y populares se ha respondido que ese uso “arbitrario” de la inversión publicitaria estatal es una consecuencia de la disputa hegemónica con la economía concentrada y con los grandes medios. En esa lógica de confrontación, esa “arbitrariedad” es el modo de dotar a los gobiernos populares en el Estado de recursos mediáticos frente a los capitales cuantiosos con los que operan los grandes actores económicos.

En el mejor de los casos se le podría quitar arbitrariedad a la inversión publicitaria estatal pero no “desequilibrio”, en el sentido de que un gobierno transformador necesita de ese “desequilibrio” para que exista algo parecido a un poder comunicacional alternativo. Es decir, necesita dotar de mayores recursos a medios que difundan su voz en el marco de una disputa hegemónica con los actores concentrados de la economía.

Esta es la primera paradoja: para intentar alcanzar cierto equilibrio comunicacional es necesario un uso desequilibrado de los recursos publicitarios estatales.

La perspectiva de la “arbitrariedad” en el uso de los recursos publicitarios es una consecuencia de restringir el análisis de la disputa

1. Sociólogo y periodista. Fue Secretario de Comunicación de la Ciudad de Bs. As., y Subsecretario de Medios de la Nación.

comunicacional a la esfera política aislada (donde la inversión publicitaria estatal sin regulaciones es considerada como asimétrica). Esa asimetría existe si se considera solo la inversión de la esfera política o estatal. Pero desaparece si ese análisis integra a la política o el Estado con la economía concentrada.

Si se incluye a la economía concentrada, que es estructuralmente asimétrica –por el peso de los grandes conglomerados económicos anunciando en los grandes medios concentrados–, se llega rápido a la conclusión de que el “equilibrio” en la distribución de las inversiones estatales deja a la política gubernamental transformadora en una notable inferioridad de condiciones dentro de la disputa hegemónica.

Entonces, hay dos modos de pensar la regulación de los recursos publicitarios: en uno se concibe a la política como un fenómeno aislado y no enmarcada en ninguna disputa –como lógica global de funcionamiento de la sociedad y la cultura–; y en otro, se piensa la política en interacción conflictiva con la economía concentrada.

Los analistas a los que hacemos referencia piensan el problema bajo el primer marco de análisis.

Desde esta posición, solo pueden explicar la resistencia de la política a regular el “equilibrio” de los recursos publicitarios a partir de variables morales. Es una consecuencia de una negativa cultural o moral. No pueden pensarlo como una política de acopio de recursos para la disputa hegemónica. Por una única razón: en su marco de análisis la lucha hegemónica, la disputa de poder concreto, no forma parte significativa de sus preocupaciones.

El problema político –que ese marco de análisis no puede ver– es que cualquier gobierno transformador se encuentra, una vez en el Estado, con conglomerados hiperconcentrados de medios dispuestos a sustraerle legitimidad. Entonces, concentra recursos para defenderse y para avanzar con su proyecto.

Otra cuestión es que lo haga bien.

Si la libertad de expresión depende de los recursos de los que dispone cada actor para expresarse y la calidad democrática es una consecuencia de que hablen muchos actores, entonces, la democracia o la existencia de una esfera pública donde se manifiesten gran cantidad de voces, depende de recursos equilibradamente distribuidos entre todos los actores.

Pero depende del equilibrio de todo el sistema –política y economía integradas– y no solo del equilibrio en la asignación de los recursos del Estado.

Llegamos a la segunda paradoja: la desconcentración de medios exige, como paso previo o paralelo, alguna modalidad de concentración comunicacional alternativa.

Y es por lo siguiente: desconcentrar es un resultado de la lucha hegemónica y no hay modo de disputar con éxito con los medios privados concentrados que no sea a través de una red de medios que, en conjunto, en sistema, en sinergia, expresen un poder comunicacional alternativo.

La ley como sustituto de la política

El problema de estos mismos analistas –capturados por una versión lineal del pluralismo liberal e individualista– es que sitúan al pluralismo como un producto de la ley pero no a la ley como un producto de las relaciones de fuerzas.

Por ello, tienden a transformar la discusión por la ley en una discusión jurídica, donde esta última no aparece como complemento –necesario o imprescindible– de la política sino como la política misma.

Si hay ley pero no construcción de relaciones de fuerzas, entonces, la discusión jurídica y sus reglamentaciones se transforman en la totalidad de la discusión.

En los albores de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el gobierno tomó una tradición crítica y a un grupo de actores movilizados –la Coalición por una Comunicación Democrática– e impuso una ley que, sin embargo, no contaba con relaciones de fuerzas favorables en esferas significativas como la Justicia.

A ello se le puede agregar que, una vez aprobada la ley, hubo una cierta práctica tendiente a la desmovilización de estos actores de la comunicación, y el posterior recambio de una parte de ellos por funcionarios ajenos a ese campo.

Es decir, una vez aprobada la ley esas fuerzas no fueron dotadas de recursos ni se les facilitó el diseño y desarrollo de un plan táctico y estratégico de acumulación de fuerzas.

Hubo, entonces, algunos problemas. Pero ninguno de ellos fueron los planteados por la línea de análisis que estamos discutiendo: porque la cuestión no fue necesariamente la concentración de recursos publicitarios ni su uso arbitrario; el principal problema fue la ineficiencia y la carencia de dirección estratégica en el uso de esos recursos.

La cuestión fue que no se los utilizó para fortalecer a los actores sociales de la comunicación para que estos intentaran modificar la relación de fuerzas desfavorables. Se los utilizó para viabilizar la emergencia de una fracción del capital que generó una serie de nuevos medios sin estrategias de sustentación de mediano y largo plazo.

Esto quiere decir que una vez promulgada la ley hubo un recambio de los actores sociales que la impulsaron por actores privados emergentes que absorbieron cuantiosos recursos publicitarios que, en la mayoría de los casos, no fueron invertidos para consolidar medios sustentables.

La ideología de base liberal que incide en la construcción de la identidad política de muchos periodistas y de algunos académicos establece que es la ley –y no la política y las relaciones de fuerzas– la que garantiza la libertad, la independencia y el equilibrio de las comunicaciones.

Esta es la tercera paradoja: la libertad es un producto de su opuesto, el uso de la fuerza. No hay ruptura sino pura continuidad entre ley y construcción de mayorías permanentes y el uso de la fuerza que se deriva de ellas. A la ley sólo se la puede pensar permanentemente vinculada a procesos políticos de movilización ascendente.

En este sentido, lejos de la revolución permanente en el campo de las comunicaciones, lo que parece haber ocurrido en nuestro país es una revolución detenida.

En algún punto del proceso, las tácticas se transformaron en la estrategia y luego esta última se abandonó.

El viejo precepto de “flexibilidad en las tácticas y rigidez en la estrategia” mutó en abandono de la estrategia y uso disperso de las tácticas.

Desde el punto de vista de estas reflexiones, no se cuestiona a los gobiernos nacionales populares por implementar tácticas diversas de alianzas con distintos actores de la comunicación, incluso algunos medios concentrados. No se los cuestiona por la flexibilidad de sus tácticas.

Si hay alguna reflexión crítica por hacer, ella gira en torno a no haber sostenido una estrategia de construcción de la trama de “otras mediaciones”. Es decir, una red social de medios fuertes y sustentables.

Es la política, estúpido

Se podría discutir sobre los distintos modos de construir un medio contrahegemónico. Si este solo debe expresar a los gobiernos –en su disputa con el resto del sistema de medios– o al bloque histórico al que representa y donde se sostiene. Desde esta perspectiva, uno de los déficit del gobierno anterior fue –seguramente– reducir la expresión del bloque histórico en el Estado, con sus distintas fracciones y matices, a la expresión de un gobierno que reducía dramáticamente su base de sustentación.

Pero, aun reconociendo lo anterior, hay un problema con el uso del concepto de lo público: en su uso “pluralista” este concepto remite al interés general y, por lo tanto, a una sociedad sin conflictos estructurales y, a su vez, sin bloques políticos en lucha hegemónica.

En el modelo conflictual y en sus procesos de lucha política, los medios son actores centrales de los bloques en disputa. Es, por lo tanto, una postura idealista instar a que ocupen el lugar de expresión del interés general, propuesto por el modelo del pluralismo consensual. El ideal del pluralismo consensual requiere de una sociedad de individuos no agrupados ni concentrados en estrategias de poder.

Toda esta discusión viene implícitamente enmarcada en la vieja posición liberal de limitar el poder del Estado y de sus grupos dirigentes.

Pero, el problema mayor de los gobiernos democráticos desde 1983 a la actualidad no es cómo evitar que se perpetúen en el poder sino cómo hacer que conserven su legitimidad para llegar al fin de sus mandatos.

Y esta es la cuarta paradoja: la sobrepreocupación por la acumulación de poder y perpetuación de los elencos políticos cuando lo que se verifica históricamente es la dificultad para que estos se sostengan en el Estado.

Es decir, lo que se observa en la historia argentina reciente no es la perpetuación de sus elencos políticos sino su debilidad y dificultad para sostenerse.

Lo que las perspectivas que estamos discutiendo sostienen, en sus mismas prácticas, es la sustitución de actores colectivos de la comunicación –con dificultades para constituirse– por sujetos individuales prestigiosos: en el vacío de la construcción extensiva e intensiva de ese sujeto social de la comunicación aparece su sustituto que es la sinergia entre periodistas y académicos prestigiosos que apuestan por una comunicación idealista. Por supuesto: junto a estos últimos, también hay otros que entienden desde siempre la necesidad de vincular saberes especializados con construcción social y política, entre ellos Damián Loreti y Washington Uranga, como ejemplos emblemáticos. No alcanza solo con la ley. No alcanza solo con individuos que discuten moralmente.

Esta lógica solo puede romperla o complementarla la construcción política de un nuevo, amplio, vigoroso, multimplantado y creativo sujeto de la comunicación.

Es la política, estúpido, podemos parafrasear.

El derecho a la comunicación solo puede consolidarse en un proceso de continuidad permanente entre ley y política, entre ley y movilización social, entre ley y construcción sustentable de medios que expresen a un bloque alternativo al que hoy se encuentra en el Estado.

LA COMUNICACIÓN COMO UN DERECHO DE LA CLASE TRABAJADORA

Por **Andrés Ruggeri**¹

En la Argentina macrista ya es un lugar común afirmar que nuestras clases dominantes lograron la mayor concentración de poder desde el final de la dictadura: el gobierno expresa la combinación del poder político y el económico, domina casi a su antojo a la mal llamada “justicia” y muestra los dientes de un aparato represivo cada vez más dispuesto a lanzarse sobre las luchas populares. Esta caracterización no está completa si no se le suma el papel de la corporación mediática como uno de los componentes esenciales de ese esquema de poder.

No se trata acá de hacer un análisis sobre cómo se sostiene ese poder y cómo se ejerce la hegemonía cultural a través de ese inmenso aparato mediático y comunicacional –que ya ha sido objeto de discusión en otros textos– sino de cómo afecta a los derechos y a la propia lucha de los trabajadores, centrándonos en el movimiento autogestionado, en especial el de los trabajadores de las empresas recuperadas. Cada sector es impactado por esta concentración de poder y el aspecto comunicacional no es menor, ya que opera como parte de la trama para invisibilizar sus luchas, tergiversarlas cuando logran trascender y operar sobre ellas en beneficio de quienes ocupan el vértice de la pirámide social.

En el caso particular de las empresas recuperadas por los trabajadores (ERT), se trata de un movimiento que supo ganarse la solidaridad y el apoyo popular, logrando legitimidad como defensores de sus puestos de trabajo en medio de la mayor crisis económica, social y política de nuestra historia reciente. El aparato cultural hegemónico intenta, con especial intensidad a partir de fines de 2015, romper esa legitimidad, poner a los trabajadores autogestionados en el mismo

1. Antropólogo, director del Programa Facultad Abierta, FFyL, UBA.

lugar de condena y ostracismo social en el que se ha ido arrinconando a las organizaciones de los sectores más postergados de nuestra sociedad. Frente a estas operaciones, los trabajadores se sienten generalmente indefensos, sin forma de llegar a la “opinión pública”, incluso (especialmente en los nuevos conflictos que van apareciendo a medida que el plan económico surte efecto y van cerrando fábricas) hasta llegar a mostrar confusión sobre sus propios derechos. La organización es la principal forma de superar esta situación, pero no alcanza, hay que disputar también en este terreno. En este sentido, hay una demanda en cuanto a la comunicación como un derecho de la clase trabajadora, aun cuando no se lo formule así desde las organizaciones.

Las empresas recuperadas por los trabajadores a fines de 2017

En base a los datos relevados por el Programa Facultad Abierta a fines de 2017, en la Argentina hay cerca de 370 empresas recuperadas que ocupan a unos 15.500 trabajadores y trabajadoras. Desde la asunción del gobierno de Macri, las ERT enfrentan una situación difícil, tanto por los efectos generales de la política económica como por agresiones concretas y políticas específicas. Las cuestiones generales son conocidas: el aumento de costos, la caída del consumo, la apertura indiscriminada de importaciones y los tarifazos brutales constituyen una combinación destructiva para la economía destinada al mercado interno, especialmente Pymes y cooperativas, lo que incluye a las empresas recuperadas. En 2017, empezamos a constatar disminución en los números totales de trabajadores ocupados por las ERT: de los casi 16.000 trabajadores que había a principios de 2016, hoy observamos una disminución absoluta de más de 500 puestos de trabajo, a pesar de existir nuevas recuperaciones, y un total de 1.400 menos comparando solo las existentes hasta 2015.

Además, existe una política deliberada por parte del gobierno y las patronales en contra de esta experiencia, que se acrecienta con el deterioro de la situación social y económica. Evitar que se vuelvan a abrir bajo autogestión obrera las empresas que cierran es parte vital de la consolidación de un proceso neoliberal. Por eso, se usa la policía y otras fuerzas represivas para evitar las tomas, cercarlas y, de ser

necesario, desalojarlas brutalmente. Además, se vetan las leyes de expropiación de empresas (por el propio presidente, en el caso del hotel BAUEN). Las causas judiciales se demoran y complican, jugando al desgaste de trabajadores necesitados y hasta se demoran los trámites administrativos para la formación de las cooperativas.

Algunos casos en los que la comunicación determina y condiciona

Desde 2001, las ERT han sido vistas con simpatía y logrado legitimidad social por su defensa de los puestos de trabajo en contextos de crisis. Incluso a nivel mediático, pocas veces han sido atacadas hasta la llegada del macrismo al poder, salvo en casos de clara hostilidad ideológica (básicamente, economistas neoliberales y varios editoriales de *La Nación*), con escasa incidencia. Para muchos trabajadores, el problema con los medios no fue la hostilidad sino la indiferencia.

Esto ha cambiado, como tantas otras cosas. Los obreros que toman fábricas empiezan a ser estigmatizados y la defensa de la propiedad prevalece sobre la del trabajo en el discurso hegemónico. Hasta ahí, nada fuera de la común, pero también comenzaron a aparecer operaciones de prensa. Quizá la más notoria fue la campaña contra el Hotel BAUEN, un caso jurídicamente muy complejo y en el que los empresarios que llevaron el hotel a la quiebra intentan desalojar a la cooperativa desde hace años. El momento más intenso de esta campaña se vio después que el presidente Macri vetara la ley de expropiación votada por el Congreso Nacional, con el grupo Clarín presionando a favor del desalojo de los trabajadores. La cooperativa, sin contar obviamente con el poder del multimedios, logró defender sus posiciones a través de redes sociales, notas en medios como *Página/12* y, por supuesto, los propios medios autogestionados y alternativos. Aunque la presión sigue, el BAUEN logró resistir y dar la pelea en el campo de la comunicación también.

Más difícil fue la situación de la cooperativa Acoplados del Oeste, ex Petinari, una fábrica de acoplados para camiones en Merlo. Habiendo logrado la ley de expropiación en marzo de 2016 por unanimidad, los empresarios Petinari lograron el apoyo, una vez más, del grupo Clarín para presionar por el veto de la gobernadora Vidal. El propio

Jorge Lanata llevó al patrón a su programa radial como si fuera un pobre y sacrificado empresario Pyme que estaba siendo objeto de una usurpación por una banda de forajidos K, en lugar de un vaciador y estafador que dejaba a 180 familias en la calle y deudas millonarias. El resultado obvio fue el veto de Vidal (que lo hubiera hecho de todas formas, pero logró así condiciones para su justificación) y, meses después, el desalojo de la planta por 600 policías.

En ambos casos, la necesidad de los trabajadores de contrarrestar la ofensiva y manipulación mediática fue evidente, con cierto o escaso éxito. Los del BAUEN construyeron a lo largo de los años una sólida política hacia los medios, pero los obreros de ADO, lejos del centro, con menos experiencia, se vieron a sí mismos como víctimas de esa operaciones sin poder hacer prácticamente nada para contrarrestarlas, no solo en el difícil campo de la comunicación pública, sino incluso dentro de su propia comunidad y entre el propio colectivo. La sensación de indefensión es desalentadora, y si bien la cooperativa sigue en la lucha para volver a trabajar, el desgaste es notorio, lo cual es parte del contexto político pero también de esta vulnerabilidad para dar la disputa en el campo comunicacional.

Esta disputa es una necesidad de toda la clase trabajadora y el movimiento popular. No se trata solo de darles “prensa” a las organizaciones y sus luchas, sino de brindar herramientas de formación y comunicación popular, que haga más simple la tarea de conformar las indispensables redes de solidaridad entre los trabajadores y sus organizaciones y los fortalezca. Esa demanda generalmente no está explícita, pero es parte de la realidad de todos los conflictos y luchas sociales de nuestro tiempo. Codehcom debe ser una herramienta para esa construcción necesaria.

LOS DERECHOS HUMANOS, UNA CUESTIÓN POLÍTICA

Por **Guillermo F. Torremare**¹

La Constitución Nacional, tanto en su propio articulado como en el de todos los Tratados Internacionales de Derechos Humanos que la integran, contiene un conjunto de disposiciones relativas al derecho humano a la comunicación.

La libertad de expresión y la prohibición de la censura, que ya habían sido objeto de un decreto protector en 1811, están allí desde el primer momento. Los derechos a la información del consumidor, el habeas data, el derecho a la información ambiental y el secreto del periodista fueron incorporados en la última gran modificación de 1994. La protección de ellos está robustecida en las normas internacionales incorporadas al tiempo que el derecho de réplica ya había sido adoptado al ratificarse el Pacto de San José de Costa Rica en 1984.

El derecho a la libertad de investigación, opinión, expresión y difusión; el derecho al honor y a la reputación; la libertad de pensamiento, conciencia y religión; los derechos a los beneficios de la cultura; la prohibición de la apología del delito y la instigación al genocidio, y el acceso a la información son materia de las Declaraciones, Convenciones y Pactos con contenido de derechos humanos que integran nuestra Ley Fundamental.

La legislación nacional es, en gran medida, tributaria de esos textos. El Código Penal sanciona delitos contra el honor y contra la libertad de prensa, como así también especifica delitos cometidos por la prensa. El Código Civil y Comercial protege el honor, la intimidad y la imagen y sanciona la discriminación. El derecho laboral propio de los

1. Abogado y Magister en Derechos Humanos, Secretario de Asuntos Jurídicos de la Mesa Directiva Nacional de la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos (APDH).

trabajadores de prensa supera los estándares de protección de casi todo el resto de los asalariados. La Ley de Propiedad Intelectual ampara el derecho intelectual de la comunicación y la de Defensa del Consumidor establece el derecho a la información veraz y acabada del consumidor.

La idea misma de un derecho humano a la comunicación fue amplia y novedosamente debatida por la sociedad argentina a partir de la presentación del proyecto para terminar con la Ley de Radiodifusión promulgada por la dictadura militar en 1980, cuyos postulados se enmarcaban en la entonces imperante Doctrina de la Seguridad Nacional. En 2009 el Congreso Nacional sancionó una nueva ley –que venía siendo propiciado desde varios años antes por un amplio colectivo integrado por trabajadores de la comunicación y la cultura y militantes sociales y de derechos humanos–, ahora llamada de Servicios de Comunicación Audiovisual, que contiene mecanismos regulatorios destinados a fomentar el ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la información, achicar la brecha tecnológica y desarrollar instancias de pluralismo y de diversidad.

La nueva norma fue concordante con la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión aprobada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en octubre de 2000, que –entre otras pautas– establece:

1. La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Es, además, un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática. 2. Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente en los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición social. (...) 4. El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de los individuos. (...) 6. Toda persona tiene derecho a comunicar sus opi-

niones por cualquier medio y forma. La colegiación obligatoria o la exigencia de títulos para el ejercicio de la actividad periodística, constituyen una restricción ilegítima a la libertad de expresión. La actividad periodística debe regirse por conductas éticas, las cuales en ningún caso pueden ser impuestas por los Estados.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación no resultó ajena al debate. Cuatro años después de que la nueva ley fuera promulgada, el máximo tribunal argentino produjo una extensa sentencia convalidando su constitucionalidad. El fallo destacó especialmente que en la norma no existía vulneración alguna de la libertad de expresión. Dijo:

...es legítima una ley que fije límites generales a priori, porque de esa manera se favorece la libertad de expresión al impedir la concentración en el mercado" (...) "La libertad de expresión, en su faz colectiva, tiene por objeto proteger el debate público, con amplias oportunidades de expresión de los distintos sectores representativos de la sociedad. Se trata de fortalecer una democracia deliberativa, en la que todos puedan, en un plano de igualdad, expresar sus opiniones y en la que no pueden admitirse voces predominantes." (...) "Los medios de comunicación tienen un rol relevante en la formación del discurso público y en la cultura, por lo que el interés del Estado en la regulación es incuestionable.

La aludida resolución judicial postula una concepción de los derechos humanos que no se agota en el mero reconocimiento de los derechos, sino que justifica la intervención positiva del Estado con el propósito de hacer efectivo el goce de esos derechos en condiciones de igualdad. En ese sentido es tributario de la tesis de Luigi Ferrajoli según la cual el Estado constitucional y social de derechos requiere que la democracia sea el sistema de organización social y político que genere instrumentos útiles para que todas las personas puedan hacer efectivos sus derechos.

En el marco de una política marcadamente regresiva en varias materias con contenido de derechos humanos, el gobierno que asumiera la administración del país el 10 de diciembre de 2015 produjo por decreto el desguace de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, despojándola de su espíritu y desarticulando su autoridad de aplicación.

A ello se ha sumado la censura y persecución a medios que han dado cabida a opositores a las políticas públicas de la alianza gobernante como también la expulsión laboral de trabajadores de medios, tanto públicos como privados, no enrolados en el oficialismo.

La Constitución Nacional, el Derecho Internacional de los Derechos Humanos y numerosas leyes nacionales disponen de un satisfactorio sistema de consagración y protección del derecho humano a la comunicación. Sin embargo, ello no ha impedido, al menos hasta ahora, la vulneración de ese derecho, vulneración que en algunas cuestiones es histórica y, en otras, propia del actual gobierno.

Esta realidad torna exacta la conocida afirmación del jurista italiano Norberto Bobbio cuando dijo: “El problema de fondo de los derechos humanos no es hoy tanto el de justificarlos como el de protegerlos. Se trata no de una cuestión filosófica sino política”.

Más allá de la imprescindible militancia política y social que la situación amerita, debemos proponer enfáticamente la aplicación efectiva de las normas jurídicas que fundan el derecho humano a la comunicación. Por ello, desde esta área de Codehcom, entre otras acciones, proponemos analizar y difundir los aspectos jurídicos de las normas –actuales y futuras– que tengan incidencia en las políticas públicas de comunicación; propiciar la consagración legislativa de normas que profundicen la protección del derecho humano a la comunicación; desarrollar estrategias jurídicas y generar causas judiciales exigiendo la aplicación de la legislación que funda el derecho humano a la comunicación; y coordinar con otros organismos de derechos humanos el desarrollo de acciones legales, tanto en el sistema nacional como en los regionales e internacionales cuando, de cualquier forma y por cualquier medio, se produzcan actos u omisiones que violenten las normas jurídicas que consagran el derecho humano a la comunicación.

Se trata de una vía más para aportar al empoderamiento de una sociedad plural y diversa, y a la democratización de las acciones del gobierno, más allá de sus intereses y propósitos.

CIUDADANÍA COMUNICACIONAL

Por **Washington Uranga**¹

En febrero de 2010, hace ya ocho años, más de dos mil comunicadores y comunicadoras de toda América Latina y el Caribe nos reunimos en Porto Alegre (Brasil) en lo que se llamó el *Mutirão da Comunicação*, título que expresaba el sentido del encuentro y la voluntad de construcción colectiva. Fue una manifestación del compromiso de varones y mujeres, algunos profesionales de la comunicación y muchos otros militantes de la cultura y de la comunicación, con las causas de la justicia, la dignidad de la vida y los derechos en esta parte del mundo. El documento final de ese encuentro hizo un llamado a construir “una nueva ciudadanía comunicativa que contribuya a la plena vigencia de los derechos humanos y de las condiciones de una vida digna”.

Hoy, mucho tiempo después y en otro contexto político, social y económico regional, vale la pena retomar aquel pedido en pos de una ciudadanía comunicacional y recordar parte de los postulados de aquel congreso, para hacerlos propios y traducirlos a la luz de nuestra propia realidad argentina y latinoamericana.

En Porto Alegre soñamos con una ciudadanía comunicacional que, en el marco de los procesos políticos y culturales, permita la participación creativa y protagónica de las personas como forma de eliminar la concentración de poder de cualquier tipo para, así, construir y consolidar nuevas democracias. Ciudadanía que no puede pensarse solo en términos jurídicos, sino como una actitud y una condición asociada a la reivindicación de ser reconocido, de tener arte y parte en las decisiones que afectan a la vida en sus múltiples dimensiones, porque no hay democracia política sin democracia comunicacional”.

1. Periodista, docente universitario, investigador en temas de comunicación.

Quienes estuvimos allí presentes nos comprometimos a defender “una palabra liberada de todo tipo de opresión y discriminación, para que se apropien de ella también los jóvenes y las jóvenes, los más pobres y pequeños, como germen de una cultura solidaria”.

Sabiendo que esos propósitos tienen que ser construidos en el marco de “políticas públicas de comunicación, elaboradas a partir de la idea de que la comunicación es un derecho humano y un servicio público, y en las cuales haya espacio equitativo tanto para la iniciativa privada comercial, como para los medios estatales, los medios públicos no gubernamentales y los comunitarios”.

Contando con “una sociedad civil movilizada para incidir políticamente en busca de una comunicación libre, socialmente responsable, justa y participativa”. Sin perder de vista que para ello se necesitan “ciudadanos comunicadores y actores sociales preparados para sostener y vigilar prácticas comunicativas democráticas, participativas, inclusivas y apoyadas en una perspectiva integral del derecho a la comunicación.

Soñamos en aquel momento con movimientos sociales, organizaciones populares, iglesias e instituciones que se apropien e incorporen en sus prácticas comunicativas los entornos y los procesos de las tecnologías de la información y los nuevos lenguajes a fin de ampliar su horizonte comunicacional y contribuir a la eliminación de la brecha informativa y digital. También con responsables de la gestión del Estado capaces de llevar adelante políticas públicas y estrategias de comunicación destinadas a asegurar el derecho a la comunicación a través de acciones pertinentes y efectivas que eliminen las diferencias y las desigualdades que hoy existen en materia de producción, acceso y circulación de todo tipo de bienes culturales”.

Aquel fue un encuentro programático que trascendió largamente a quienes allí estuvimos. Se transformó en una propuesta para muchos de los que hoy trabajamos y militamos en la comunicación. Todos esos postulados tienen vigencia hoy en día y orientan el trabajo a realizar en bien del derecho a la comunicación.

Labor que no es ni propia, ni exclusiva. Quienes asumimos esta tarea tenemos la necesidad de ubicarnos en nuestra doble condición de ciudadanos comunicadores, comprometidos con las necesidades y las luchas de nuestro pueblo.

Para ello soñamos, como también lo afirmamos en Porto Alegre, con comunicadores y comunicadoras:

- cuya práctica profesional esté marcada por la vivencia de una cultura solidaria, por criterios éticos y por una vida coherente con esos principios;
- que se saben ante todo servidores del derecho de los ciudadanos a recibir y emitir información y opinión; no se subordinan a los intereses y las presiones del poder político o económico porque están comprometidos con la ciudadanía comunicacional;
- que están junto a los empobrecidos e incorporan su mirada;
- que impulsan el diálogo para enfrentar las contradicciones, inevitables en cualquier sociedad, con el fin de arribar a la paz y a la justicia;
- que no se preocupan solo de ser plurales sino más aún, de valorar las diferencias surgidas en el camino de la búsqueda de la verdad;
- que suscitan solidaridad a partir de los procesos de comunicación;
- que saben escuchar y estar atentos especialmente al clamor que emerge desde el murmullo de los silenciados para así contribuir a la visibilidad de los invisibles de hoy.

Un programa de acción y un perfil ético, profesional y militante. Lo enunciamos ayer, nos exige hoy y nos compromete para el futuro.

COMUNICACIÓN PARA DEMOCRATIZAR LA DEMOCRACIA

Por **Marcelo Valente**¹

Quizá uno de los aprendizajes más importantes del ciclo 2003-2015 es que la profundización de la democracia en los países denominados emergentes, como la Argentina, es una condición de posibilidad para el desarrollo con inclusión social, lo cual contradice la teoría clásica del desarrollo y la modernización. Según el enfoque que promueven los centros de poder, el desarrollo económico conduce al desarrollo político y este a la democracia. Un país debe comenzar por crecer económicamente y transformar sus pautas de organización para recién después encarar las tareas del desarrollo político; o sea, la implantación de una democracia representativa.

Sin embargo, el ascenso y posterior retroceso de gobiernos progresistas en América Latina durante los primeros años del siglo parece indicar lo contrario: que la democracia en los países denominados emergentes o subdesarrollados puede ser la condición para el desarrollo con inclusión social. Ampliando, que la sostenibilidad de esos procesos –en contextos determinados por regímenes de acumulación concentradores de la riqueza– está indisolublemente ligada a la capacidad de la sociedad para democratizar la democracia, a la activa participación de los ciudadanos en la vida colectiva de la sociedad.

Democratizar la democracia significa impulsar una democracia donde la conquista del gobierno por el voto popular no agote la participación ciudadana sino que, por el contrario, permita generar otro

1. Comunicador, integrante de la redacción de la agencia de noticias Infogei. Ex coordinador de Comunicaciones Institucionales del Senasa, ex jefe de prensa de la Secretaría de Ambiente de la Nación (hoy ministerio) y ex director provincial de Prensa del Ministerio de Seguridad bonaerense.

proceso, produciendo dos focos de poder democráticos: uno originario del voto y otro originario de las instituciones directas de la participación. Siguiendo a Carole Pateman (*Participación y teoría democrática*), la participación, para ser efectivamente democratizadora, debe ser tanto *deliberativa* (orientada al mejoramiento y la ampliación del debate acerca de las cuestiones que interesan a la sociedad) como *activa* (incidir en la toma de decisiones sobre el sentido en que esos temas deben ser resueltos).²

La democratización permanente de la democracia es algo así como un movimiento continuo, ciertamente imprescindible para fortalecer la visión de esta como gobierno del pueblo y no de los políticos. Se trata de una estrategia para que el sistema democrático no quede sometido a los mandatos del mercado, que lo limita a sus mecanismos formales (elección plural, cuarto oscuro y urna), postergando, cuando no negando, las aspiraciones de igualdad y justicia social que conforman la esencia de la democracia. Se trata entonces de superar los presupuestos del paradigma minimalista de la democracia popularizado por Joseph Schumpeter, que la reducía a un método de selección de las élites gobernantes. Por tanto, el elemento definitorio de la democracia no son las elecciones sino la presencia de una ciudadanía activa. El proyecto democrático no se agota con la consolidación de un régimen electoral que asegure la libertad política de los electores. Entraña también la expansión del principio igualitario a diversas esferas sociales (derechos e igualdad para todos y respeto a las identidades). La democracia participativa es, por lo tanto, un llamado a politizar la sociedad.

Desde este enfoque, la política de comunicación es uno de los pilares para estimular la participación popular en los asuntos públicos, haciendo que cada vez más voces puedan hacerse oír y así expandir la participación de los ciudadanos. En paralelo, la política de comunicación de gobierno también apunta, como se dijo, a resignificar la conciencia de la sociedad acerca de la realidad que la atraviesa, a promover una matriz cultural que modifique la caja de herramientas cognitivas con la que los individuos aprenden e intervienen en el mundo tanto individual como colectivamente.

2. Pateman, Carole, *Participación y teoría democrática*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2014.

Ahora bien, y dado que la comunicación es un eje transversal en la construcción de la democracia, este movimiento continuo que es la democratización de la democracia requiere del aporte de la comunicación gubernamental en términos integrales: como proceso de intercambio y diálogo entre los ciudadanos que conforman la escena pública; como instrumento de difusión e información; y como herramienta para la organización de un nuevo sentido común que haga comprensible a los ciudadanos que la democracia es un proyecto en construcción permanente. En fin, un esfuerzo cotidiano para abrir y desarrollar el espacio político en el cual la sociedad aspira a vivir una vida digna.

Las políticas de comunicación pueden hacer entonces un aporte sustantivo a la construcción de una esfera pública; esto es, un espacio desde donde consolidar una efectiva participación ciudadana, fortalecer una profunda conciencia pública en la sociedad, democratizar el Estado y promover los derechos para todos.

Con arreglo a lo expuesto, el otro gran aprendizaje a capitalizar es que el papel activo del Estado como promotor del crecimiento económico e impulsor de los derechos sociales resulta insuficiente sin su democratización desde una esfera pública, separada del aparato estatal, que promueva a los individuos en ciudadanos capaces de empoderarse como sujetos reales de derecho y radicalizar la democracia para hacer sostenibles transformaciones políticas, económicas y sociales soberanas.

La comunicación, en síntesis, es una herramienta clave para que desde esta esfera pública los argentinos podamos fortalecer y ampliar el pacto democrático –hoy amenazado por políticas neoliberales– que trabajosamente venimos construyendo desde 1983 alrededor del Nunca Más, el respeto irrestricto del estado de derecho, la convivencia y la resolución pacífica de los naturales conflictos de una sociedad.

EL DERECHO HUMANO A LA COMUNICACIÓN

Por **Jorge Zaccagnini**¹

La comunicación en tiempos tecnológicos

Afirmar que la tecnología ha modificado sustancialmente las formas de comunicación no resulta ninguna novedad a esta altura del partido. Es más, casi se ha transformado en un anacronismo orientado a los cada vez más escasos habitantes de este planeta que –como yo– han vivido una época en la que muchos aceptaban acontecimientos –reales o inventados– porque “lo dice el diario”, se sentaban a la noche frente al televisor para “ver las noticias” o tenían la envidiable oportunidad de juntarse con elegidos interlocutores para intercambiar –no siempre pacíficamente– ideas y convicciones que surgían de la lectura de libros empecinados en no cambiar y de hechos que se empeñaban en permanecer incólumes e irreductibles ante cualquier intento de desaparición amnésica que se intentara utilizando los entonces rudimentarios instrumentos de la ingeniería social.

Ese mundo no existe más. Se ha naturalizado una percepción deslocalizada, en la que la comunicación vía *smartphone* simplifica, enajena y mediatiza la realidad, para construir un remedo hiperrealístico crecientemente intermediado por construcciones tecnológicas cuyo dominio y utilización se visualizan cada vez más concentrados. Una nueva impronta social, que incrementa a tal punto la legión de “votantes apolíticos”, que posibilita que los intelectuales orgánicos de los gobiernos antipopulares puedan afirmar que “el éxito de un gobierno moderno estriba en generar bienestar económico o en hacer creer que lo proveerá en el futuro cercano. Alcanzado ese requisito, se celebra el contrato con el votante apolítico, que consiste en recibir

1. Coordinador General del Comité de Seguridad de la Información de la Universidad Tecnológica Nacional. Vicepresidente del Foro para una Nueva Política Industrial FONPI.

beneficios materiales a cambio de consenso y apatía. En términos metafóricos: ir al shopping a comprar, no a la plaza a protestar”².

Comprender este cambio es condición necesaria para plantear qué implica hoy el derecho humano a la comunicación, cómo se defiende y protege. Necesaria, pero no suficiente.

El derecho humano a tener los conocimientos necesarios para comunicarse

A principios de este milenio, la Asociación Civil Infoworkers³ (Trabajadores de la Información) introdujo el concepto de ‘Alfabetización Informática’, definiéndolo como “*el conjunto de tareas e iniciativas que tienen como objetivo incluir en la Sociedad del Conocimiento a los sectores marginados de la misma por razones económicas, sociales y/o culturales... desarrollando las destrezas necesarias para utilizar tecnologías de información y comunicación... como herramientas para su recalificación social⁴ y el mejoramiento de su calidad de vida⁵*”.

La Alfabetización Informática observa significativas diferencias con el entonces instalado concepto de alfabetización digital, del que se plantea como alternativa:

La Alfabetización Informática tiene como objetivo la incorporación de las nuevas tecnologías como herramientas para la comunicación y producción. Está centrada en las personas, vistas en su situación concreta. Esto supone que el sujeto que se alfabetiza alcanzará un conocimiento básico de ejecución de operaciones, siempre en relación con los mecanismos y procesos que implican tales decisiones, tanto en lo referido al funcionamiento de las nuevas herramientas como a los sistemas sociales, políticos y productivos. En el plano de la vida en sociedad, adquiere la capacidad de generar nuevos caminos para renovar y revitalizar vínculos sociales,

2. Eduardo Fianza, *La Nación*, sábado 23 de setiembre de 2017.

3. www.infoworkers.org.ar

4. Recalificación social: aumento de valoración social e incremento de las posibilidades de ser escuchado como actor social.

5. Mejoramiento de la calidad de vida: incremento de las herramientas disponibles para la resolución de problemas cotidianos y permanentes tales como la salud, la educación, el reconocimiento social, etc.

*culturales y políticos. La alfabetización informática se basa en la tecnología apropiada. La apropiación tiene un doble significado: lo que es adecuado y lo que es adueñado. Es adecuado cuando resulta apto para desarrollar la vida humana, favorece los vínculos afectivos y sociales, y es oportuno para alcanzar niveles convenientes de producción. Lo adueñado se asume en el seno de la comunidad de pertenencia, es apoderado para el servicio, y es tomado para generar nuevas creaciones. La alfabetización informática supone siempre la libertad de la persona. La responsabilidad de su difusión recae en el sistema educativo de la sociedad y en todas las organizaciones estatales, productivas y comunitarias que tengan como objetivo el bien común de las personas y los grupos de referencia. Por el contrario, la alfabetización digital tiene como objetivo el uso de las nuevas tecnologías en función de la eficiencia de los entes administrativos. Los sujetos de la alfabetización digital son considerados consumidores o usuarios, lo único que deben aprender es ejecutar operaciones básicas, tanto para conseguir los bienes que desean como para usar mecanismos masivos. Esta alfabetización está centrada en el desarrollo de equipamientos, quedando el conocimiento de los procesos en manos solamente de los especialistas. El fin de la alfabetización digital es exclusivamente administrativo y de control, no involucra aspectos de producción o vinculación personal, social o política. Su eficacia está en la cuantificación y su eficiencia en la rentabilidad. Se centra en la distribución acrítica de equipamiento.*⁶

A fines de 2002, el entonces Senador Oscar Lamberto, junto con Miguel Ángel Pichetto, Carlos Alberto Verna y Marcelo López Arias, presentaron el proyecto de Ley de Alfabetización Informática, que tenía como objetivo “instituir en el ámbito de la Nación Argentina el libre y gratuito acceso a la alfabetización informática”. El proyecto establecía que “el Gobierno de la Nación garantiza la igualdad real de oportunidades y el pleno goce de los derechos establecidos en la presente ley, debiendo adoptar las medidas necesarias para su efectivización”.

6. https://es.wikipedia.org/wiki/Alfabetización_informática

Ayer, manejar el correo electrónico; hoy, “domar” al whatsapp. Los principios de ese proyecto de ley siguen sosteniendo la vigencia del inalcanzado derecho a que todos los argentinos se apropien de los conocimientos necesarios para utilizar las herramientas de la comunicación de acuerdo a sus propias necesidades e intereses.

El derecho humano a poder hacer oír su voz

El desarrollo de Internet y de las redes sociales –de crecimiento exponencial, como sabemos– ha creado la sensación de la existencia de una “igualdad de oportunidades” de comunicación para todos. Se parte de la falsa premisa de que todos los usuarios (nodos) de la red poseen los mismos derechos y capacidades de comunicación. Una versión rosa de la tecnología que inadvierte –a sabiendas o por ignorancia– que los poderes concentrados han consolidado en la “red de redes” estructuras que permiten sostener y conducir la gestión del poder financiero global, invisibilizar a los dueños de las estructuras productivas transnacionales, construir productos culturales de distribución instantánea, y hurgar hasta apropiarse y sistematizar –a niveles inéditos y con objetivos inconfesados–, el comportamiento y la subjetividad de cada uno de nosotros.

Es que, al igual que lo que sucede en las sociedades, la “igualdad de oportunidades” solo funcionaría si el poder de comunicación de cada nodo fuese similar. Y esto no sucede en absoluto. Por eso, la defensa del derecho humano a la comunicación debe contemplar el desarrollo de especificidades que lo garanticen en los distintos ámbitos en los que cada persona desarrolla su vida, como por ejemplo:

- en el colectivo social
- en su relación con los poderes dominantes
- en el espacio que le brinda identidad social
- en la *proximidad* consigo mismo

Cada ámbito constituye un escenario diferente, que demanda propuestas específicas. Una imprescindible tarea que se debe encarar en forma urgente.

Rol del Estado en la protección del derecho humano a la comunicación

La asimetría de posibilidades de comunicación que caracteriza a las redes sociales y a Internet son el resultado de la idea de la “igualdad de oportunidades” que supuestamente ofrecen. La creciente concentración de poder en ciertos nodos profundiza la consolidación de esta tendencia, y torna imprescindible la participación de los estados nacionales para asegurar a sus ciudadanos el derecho a la comunicación.

El instrumento liminar de esa construcción es la consagración de una Ley que defina y determine el derecho a la comunicación que le cabe a los ciudadanos y especifique los instrumentos para lograr su pleno cumplimiento.

La protección jurídica al derecho humano a la comunicación

En el Derecho Laboral “no se discute la protección que deben brindar las normas laborales a la parte más débil y tampoco aparecen posibles retrocesos en las normas del derecho sustancial: el derecho del trabajo está considerado un derecho humano fundamental, el bien jurídico protegido es la dignidad del hombre que trabaja”.

De la misma manera, el Derecho a la Comunicación deberá contemplar la asimetría existente entre quienes concentran el poder comunicacional y el ciudadano común. Son quizás aplicables en esta construcción, algunas premisas del Derecho Laboral⁷ :

- Sin justicia, entendida desde el punto de vista axiológico como virtud y valor ideal al servicio de la verdad objetiva y fin esencial del Estado, no hay sistema de convivencia.
- Los fallos laborales protectorios de los derechos esenciales marcan señales al mercado y evitan incumplimientos: tienen carácter preventivo, sancionatorio y disuasivo de conductas antisociales.

7. <http://www.juliogrisolia.com/#!/-las-premisas-del-derecho-del-trabajo-y-la-justicia-laboral/>

- Las sentencias formal y materialmente justas, con apego a la legislación vigente, a la Constitución, a los principios de la disciplina, a los tratados y convenios internacionales, resultan previsibles y también coadyuvan a la paz social y a la seguridad jurídica.
- Así como en toda sociedad el hombre es esencial en cualquier acción transformadora, es importante la aptitud e idoneidad de los distintos operadores (jueces y funcionarios, miembros del Poder Judicial, del Ministerio de Trabajo, conciliadores, abogados de parte, peritos, etc.), lo que requiere permanente capacitación y actualización de conocimientos.
- El juez laboral debe desechar la interpretación meramente teórica, literal y rígida de la ley y por ello desinteresada de sus resultados prácticos concretos (una sentencia “formalmente” justa), e inclinarse por una interpretación que contemple las particularidades del caso, el orden jurídico en su armonía total, los fines que la ley persigue, los principios fundamentales del derecho, las garantías y derechos constitucionales y los tratados internacionales, y el logro de resultados concretos jurídicamente valiosos. No debe prescindir de las consecuencias que naturalmente derivan del fallo.

DOCUMENTO ANEXO

LA LÓGICA DE LA SERPIENTE

Por **Papa Francisco**

MENSAJE DEL 24 ENERO DE 2018. EN HOMENAJE A
SAN FRANCISCO DE SALES, PATRONO DE LOS PERIODISTAS.

Queridos hermanos y hermanas:

En el proyecto de Dios, la comunicación humana es una modalidad esencial para vivir la comunión. El ser humano, imagen y semejanza del Creador, es capaz de expresar y compartir la verdad, el bien, la belleza. Es capaz de contar su propia experiencia y describir el mundo, y de construir así la memoria y la comprensión de los acontecimientos.

Pero el hombre, si sigue su propio egoísmo orgulloso, puede también hacer un mal uso de la facultad de comunicar, como muestran desde el principio los episodios bíblicos de Caín y Abel, y de la Torre de Babel (cf. Gn 4,1-16; 11,1-9). La alteración de la verdad es el síntoma típico de tal distorsión, tanto en el plano individual como en el colectivo. Por el contrario, en la fidelidad a la lógica de Dios, la comunicación se convierte en lugar para expresar la propia responsabilidad en la búsqueda de la verdad y en la construcción del bien.

Hoy, en un contexto de comunicación cada vez más veloz e inmersos dentro de un sistema digital, asistimos al fenómeno de las noticias falsas, las llamadas *fake news*. Dicho fenómeno nos llama a la reflexión; por eso he dedicado este mensaje al tema de la verdad, como ya hicieron en diversas ocasiones mis predecesores a partir de Pablo VI (cf. Mensaje de 1972: “Los instrumentos de comunicación social al servicio de la verdad”). Quisiera ofrecer de este modo una aportación al esfuerzo común para prevenir la difusión de las noticias falsas y para redescubrir el valor de la profesión periodística y la responsabilidad personal de cada uno en la comunicación de la verdad.

¿Qué hay de falso en las “noticias falsas”?

Fake news es un término discutido y también objeto de debate. Generalmente alude a la desinformación difundida *online* o en los medios de comunicación tradicionales. Esta expresión se refiere, por tanto, a informaciones infundadas, basadas en datos inexistentes o distorsionados, que tienen como finalidad engañar o incluso manipular al lector para alcanzar determinados objetivos, influenciar las decisiones políticas u obtener ganancias económicas. La eficacia de las *fake news* se debe, en primer lugar, a su naturaleza mimética, es decir, a su capacidad de aparecer como plausibles.

En segundo lugar, estas noticias, falsas pero verosímiles, son capciosas, en el sentido de que son hábiles para capturar la atención de los destinatarios poniendo el acento en estereotipos y prejuicios extendidos dentro de un tejido social, y se apoyan en emociones fáciles de suscitar, como el ansia, el desprecio, la rabia y la frustración. Su difusión puede contar con el uso manipulador de las redes sociales y de las lógicas que garantizan su funcionamiento. De este modo, los contenidos, a pesar de carecer de fundamento, obtienen una visibilidad tal que incluso los desmentidos oficiales difícilmente consiguen contener los daños que producen.

La dificultad para desenmascarar y erradicar las *fake news* se debe asimismo al hecho de que las personas a menudo interactúan dentro de ambientes digitales homogéneos e impermeables a perspectivas y opiniones divergentes. El resultado de esta lógica de la desinformación es que, en lugar de realizar una sana comparación con otras fuentes de información, lo que podría poner en discusión positivamente los prejuicios y abrir un diálogo constructivo, se corre el riesgo de convertirse en actores involuntarios de la difusión de opiniones sectarias e infundadas. El drama de la desinformación es el desacreditar al otro, el presentarlo como enemigo, hasta llegar a la demonización que favorece los conflictos. Las noticias falsas revelan así la presencia de actitudes intolerantes e hipersensibles al mismo tiempo, con el único resultado de extender el peligro de la arrogancia y el odio. A esto conduce, en último análisis, la falsedad.

¿Cómo podemos reconocerlas?

Ninguno de nosotros puede eximirse de la responsabilidad de hacer frente a estas falsedades. No es tarea fácil porque la desinformación se basa frecuentemente en discursos heterogéneos, intencionadamente evasivos y sutilmente engañosos, y se sirve a veces de mecanismos refinados. Por eso son loables las iniciativas educativas que permiten aprender a leer y valorar el contexto comunicativo; y enseñan a no ser divulgadores inconscientes de la desinformación, sino activos en su desvelamiento. Son asimismo encomiables las iniciativas institucionales y jurídicas encaminadas a concretar normas que se opongan a este fenómeno, así como las que han puesto en marcha las compañías tecnológicas y de medios de comunicación, dirigidas a definir nuevos criterios para la verificación de las identidades personales que se esconden detrás de millones de perfiles digitales.

Pero la prevención y la identificación de los mecanismos de la desinformación requieren también un discernimiento atento y profundo. En efecto, se ha de desenmascarar la que se podría definir como la “lógica de la serpiente”, capaz de camuflarse en todas partes y morder. Se trata de la estrategia utilizada por la “serpiente astuta” de la que habla el Libro del Génesis, la cual, en los albores de la humanidad, fue la artífice de la primera *noticia falsa* (cf. Gn 3,1-15), que llevó a las trágicas consecuencias del pecado, y que se concretizaron luego en el primer fratricidio (cf. Gn 4) y en otras innumerables formas de mal contra Dios, el prójimo, la sociedad y la creación.

La estrategia de este hábil *padre de la mentira* (Jn 8,44) es la mimesis, una insidiosa y peligrosa seducción que se abre camino en el corazón del hombre con argumentaciones falsas y atrayentes. En la narración del pecado original, el tentador, efectivamente, se acerca a la mujer fingiendo ser su amigo e interesarse por su bien, y comienza su discurso con una afirmación verdadera, pero sólo en parte:

“¿Conque Dios os ha dicho que no comáis de ningún árbol del jardín?” (Gn 3,1). En realidad, lo que Dios había dicho a Adán no era que no comieran de ningún árbol, sino tan solo de un árbol: “Del árbol del conocimiento del bien y el mal no comerás” (Gn 2,17).

La mujer, respondiendo, se lo explica a la serpiente, pero se deja atraer por su provocación: “Podemos comer los frutos de los árboles del jardín; pero del fruto del árbol que está en mitad del jardín nos ha dicho Dios: No comáis de él ni lo toquéis, de lo contrario moriréis” (Gn 3,2).

Esta respuesta tiene un sabor legalista y pesimista: habiendo dado credibilidad al falsario y dejándose seducir por su versión de los hechos, la mujer se deja engañar. Por eso, enseguida presta atención cuando le asegura: “No, no moriréis” (v. 4). Luego, la deconstrucción del tentador asume una apariencia creíble: “Dios sabe que el día en que comáis de él, se os abrirán los ojos, y seréis como Dios en el conocimiento del bien y el mal” (v. 5). Finalmente, se llega a desacreditar la recomendación paternal de Dios, que estaba dirigida al bien, para seguir la seductora incitación del enemigo: “La mujer se dio cuenta de que el árbol era bueno de comer, atrayente a los ojos y deseable” (v. 6). Este episodio bíblico revela por tanto un hecho esencial para nuestro razonamiento: ninguna desinformación es inocua; por el contrario, fiarse de lo que es falso produce consecuencias nefastas. Incluso una distorsión de la verdad aparentemente leve puede tener efectos peligrosos.

De lo que se trata, de hecho, es de nuestra codicia. Las *fake news* se convierten a menudo en virales, es decir, se difunden de modo veloz y difícilmente manejable, no a causa de la lógica de compartir que caracteriza a las redes sociales, sino más bien por la codicia insaciable que se enciende fácilmente en el ser humano.

Las mismas motivaciones económicas y oportunistas de la desinformación tienen su raíz en la sed de poder, de tener y de gozar que en último término nos hace víctimas de un engaño mucho más trágico que el de sus manifestaciones individuales: el del mal que se mueve de falsedad en falsedad para robarnos la libertad del corazón. He aquí por qué educar en la verdad significa educar para saber discernir, valorar y ponderar los deseos y las inclinaciones que se mueven dentro de nosotros, para no encontrarnos privados del bien “cayendo” en cada tentación.

3. “La verdad os hará libres” (Jn 8,32)

La continua contaminación a través de un lenguaje engañoso termina por ofuscar la interioridad de la persona. Dostoyevski escribió algo interesante en este sentido:

Quien se miente a sí mismo y escucha sus propias mentiras, llega al punto de no poder distinguir la verdad, ni dentro de sí mismo ni en torno a sí, y de este modo comienza a perder el respeto a sí mismo y a los demás. Luego, como ya no estima a nadie, deja también de amar, y para distraer el tedio que produce la falta de cariño y ocuparse en algo, se entrega a las pasiones y a los placeres más bajos; y por culpa de sus vicios, se hace como una bestia. Y todo esto deriva del continuo mentir a los demás y a sí mismo. (Los hermanos Karamazov, II,2).

Entonces, ¿cómo defendernos? El antídoto más eficaz contra el virus de la falsedad es dejarse purificar por la verdad. En la visión cristiana, la verdad no es sólo una realidad conceptual que se refiere al juicio sobre las cosas, definiéndolas como verdaderas o falsas. La verdad no es solamente el sacar a la luz cosas oscuras, “desvelar la realidad”, como lleva a pensar el antiguo término griego que la designa, *aletheia* (de *a-lethès*, “no escondido”). La verdad tiene que ver con la vida entera. En la Biblia tiene el significado de apoyo, solidez, confianza, como da a entender la raíz *aman*, de la cual procede también el Amén litúrgico. La verdad es aquello sobre lo que uno se puede apoyar para no caer. En este sentido relacional, el único verdaderamente fiable y digno de confianza, sobre el que se puede contar siempre, es decir, “verdadero”, es el Dios vivo. He aquí la afirmación de Jesús: “Yo soy la verdad” (Jn 14,6). El hombre, por tanto, descubre y redescubre la verdad cuando la experimenta en sí mismo como fidelidad y fiabilidad de quien lo ama. Sólo esto libera al hombre: “La verdad os hará libres” (Jn 8,32).

Liberación de la falsedad y búsqueda de la relación: he aquí los dos ingredientes que no pueden faltar para que nuestras palabras y nuestros gestos sean verdaderos, auténticos, dignos de confianza. Para discernir la verdad es preciso distinguir lo que favorece

la comunión y promueve el bien, y lo que, por el contrario, tiende a aislar, dividir y contraponer. La verdad, por tanto, no se alcanza realmente cuando se impone como algo extrínseco e impersonal; en cambio, brota de relaciones libres entre las personas, en la escucha recíproca. Además, nunca se deja de buscar la verdad, porque siempre está al acecho la falsedad, también cuando se dicen cosas verdaderas. Una argumentación impecable puede apoyarse sobre hechos innegables, pero si se utiliza para herir a otro y desacreditarlo a los ojos de los demás, por más que parezca justa, no contiene en sí la verdad. Por sus frutos podemos distinguir la verdad de los enunciados: si suscitan polémica, fomentan divisiones, infunden resignación; o si, por el contrario, llevan a la reflexión consciente y madura, al diálogo constructivo, a una laboriosidad provechosa.

4. La paz es la verdadera noticia

El mejor antídoto contra las falsedades no son las estrategias, sino las personas, personas que, libres de la codicia, están dispuestas a escuchar, y permiten que la verdad emerja a través de la fatiga de un diálogo sincero; personas que, atraídas por el bien, se responsabilizan en el uso del lenguaje. Si el camino para evitar la expansión de la desinformación es la responsabilidad, quien tiene un compromiso especial es el que por su oficio tiene la responsabilidad de informar, es decir: el periodista, custodio de las noticias. Este, en el mundo contemporáneo, no realiza sólo un trabajo, sino una verdadera y propia misión. Tiene la tarea, en el frenesí de las noticias y en el torbellino de las primicias, de recordar que en el centro de la noticia no está la velocidad en darla y el impacto sobre las cifras de audiencia, sino las personas. Informar es formar, es involucrarse en la vida de las personas. Por eso la verificación de las fuentes y la custodia de la comunicación son verdaderos y propios procesos de desarrollo del bien que generan confianza y abren caminos de comunión y de paz.

Por lo tanto, deseo dirigir un llamamiento a promover un periodismo de paz, sin entender con esta expresión un periodismo “buenista” que niegue la existencia de problemas graves y asuma tonos empalagosos. Me refiero, por el contrario, a un periodismo sin fingimientos, hostil a las falsedades, a eslóganes efectistas y a declaraciones

altisonantes; un periodismo hecho por personas para personas, y que se comprende como servicio a todos, especialmente a aquellos –y son la mayoría en el mundo– que no tienen voz. Un periodismo que no queme las noticias, sino que se esfuerce en buscar las causas reales de los conflictos, para favorecer la comprensión de sus raíces y su superación a través de la puesta en marcha de procesos virtuosos; un periodismo empeñado en indicar soluciones alternativas a la escalada del clamor y de la violencia verbal.

Por eso, inspirándonos en una oración franciscana, podríamos dirigirnos a la Verdad en persona de la siguiente manera:

Señor, haznos instrumentos de tu paz.

Haznos reconocer el mal que se insinúa en una comunicación que no crea comunión.

Haznos capaces de quitar el veneno de nuestros juicios.

Ayúdanos a hablar de los otros como de hermanos y hermanas.

Tú eres fiel y digno de confianza; haz que nuestras palabras sean semillas de bien para el mundo:

donde hay ruido, haz que practiquemos la escucha;

donde hay confusión, haz que inspiremos armonía;

donde hay ambigüedad, haz que llevemos claridad;

donde hay exclusión, haz que llevemos el compartir;

donde hay sensacionalismo, haz que usemos la sobriedad;

donde hay superficialidad, haz que planteemos interrogantes verdaderos;

donde hay prejuicio, haz que suscitemos confianza;

donde hay agresividad, haz que llevemos respeto;

donde hay falsedad, haz que llevemos verdad.

Amén.



Voces por el derecho humano a la comunicación
se terminó de imprimir en marzo de 2018 en
el taller de la Cooperativa Chilavert Artes Gráficas:
imprenta *recuperada* en 2002 por sus trabajos y
actualmente dirigida bajo autogestión obrera,
cooperativa, solidaria y asamblearia.

M. Chilavert 1136, Buenos Aires.
imprentachilavert@gmail.com

* * *

Gráfica y cuidado editorial
mónadanomada

Somos un colectivo nacido para apuntalar la inconclusa construcción del sujeto social de la comunicación en el marco del Movimiento Nacional Popular Democrático Latinoamericano.

En este libro reunimos voces urgentes para activar el debate por el derecho humano a la comunicación.

**Alcira Argumedo • Verónica Azpiroz Cleñan
Mónica Bianchi • Julieta Colomer
Clara Isasmendi • Karina Luchetti • Marta Riskin
Daniela Ruggeri • Francis Rosemberg • Juan Canella
Hernán Cardinale • Fernando Clavero • Santiago Errecalde
Daniel García • Jorge Gurbanov • Luis Lazzaro
Daniel Lanson • Gustavo López • Juan Carlos Molina
Alejandro Mouján • Oscar Nocetti • Néstor Piccone
Omar Plaini • Daniel Rosso • Andrés Ruggeri
Guillermo Torremare • Washington Uranga
Marcelo Valente • Jorge Zaccagnini**

CODEHCOM
COLECTIVO por el
DERECHO HUMANO a la COMUNICACIÓN

