

Evolución y retos de la televisión

Quito - Ecuador
2003

EVOLUCIÓN Y RETOS DE LA TELEVISIÓN

© Varios Autores

Primera Edición

1000 ejemplares - Febrero 2003

Editor:

Edgar P. Jaramillo Salas

ISBN 9978-55-036-4

Código de Barras 9789978550366

Registro derecho autorai N° 018091

Portada:

GRAPHUS

Diagramación texto:

Fernando Rivadeneira León

Impresión:

Editorial "Quipus", CIESPAL

Quito – Ecuador

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento del CIESPAL

Contenido

| | | |
|----|---|-----|
| | Presentación | 5 |
| 1. | Desafíos de la televisión frente a los otros medios de comunicación Juan Manuel Rodríguez | 13 |
| 2. | La televisión en América Latina y El Caribe John Gowan | 35 |
| 3. | Innovaciones tecnológicas en la televisión Albert Walker | 49 |
| 4. | Edición y producción digital Esteban Proaño | 61 |
| 5. | La calidad en la producción televisiva John Gowan | 83 |
| 6. | Cultura de la imagen Eric Samson | 91 |
| 7. | Sistemas informativos por televisión Ernesto Clavijo | 103 |
| 8. | Importancia del balance editorial de las noticias de televisión Jorge Gestoso | 111 |

| | | |
|------------|---|-----|
| 9. | Producción de noticieros para televisión Carlos Vera | 125 |
| 10. | Investigación de audiencias Ángel Polibio Córdova | 143 |
| 11. | Periodismo investigativo en Francia Guillaume Fountaine | 163 |
| 12. | La publicidad y la televisión Gustavo Vallejo | 179 |
| 13. | Los talk shows Mari Tere Braschi | 203 |
| 14. | Ética y sensacionalismo en la televisión Eric Samson | 219 |
| 15. | Ética en el periodismo investigativo de televisión Luis Botello | 243 |
| 16. | Televisión y educación Rosalía Arteaga | 251 |
| 17. | Legislación y autorregulación en la televisión Raul Izurieta Mora Bowen | 267 |
| 18. | Gobernabilidad, procesos políticos y televisión Carlos Larreátegui | 283 |
| 19. | Efectos de la televisión en la gobernabilidad Blasco Peñaherrera | 299 |
| 20. | Televisión, democracia y desarrollo social Adalid Contreras | 307 |

Televisión, democracia y desarrollo social

Adalid Contreras*

Debemos admitir que el medio que menos aporta al desarrollo es la televisión. Desde el marco teórico-práctico no es tan fácil hablar de desarrollo desde la televisión sin considerar al desarrollo como parte importante de un proceso social.

Como una primera afirmación, no toda comunicación aporta -mecánica y automáticamente- al desarrollo pese a que la comunicación es interrelación y pone en común intereses, propuestas y esperanzas.

Hacer comunicación dirigida al desarrollo implica pensar, explicitar, diseñar sistemáticamente, programar actividades de televisión, o de lo que fuera, expresamente dirigidas al desarrollo. Entonces no todo informativo –por sí mismo- ni cualquier programa por el hecho de ponerlo al aire aporta al desarrollo.

* Boliviano, investigador y comunicador social

Existen cuatro enfoques predominantes en América Latina para crear las relaciones entre comunicación y desarrollo.

Un primer enfoque habla de una comunicación de desarrollo. Luis Ramiro Beltrán dice que la comunicación cumple con el desarrollo al crear un ambiente favorable para el cambio. En su relación, entonces, la comunicación genera ambiente, crea condiciones para el cambio mientras que todo desarrollo sugiere cambio, transformación en la economía, en la sociedad y también en la cultura.

Si el desarrollo es cambio, la comunicación constituye el elemento motivador que provoca las condiciones para que los sujetos hagamos desarrollo. Esta es una propuesta que tiene una fuerte relación con lo que en comunicación se conoce como *el difusionismo*.

En el tema del desarrollo, el difusionismo enfrenta a la sociedad arcaica versus la sociedad moderna, por lo que el desarrollo vendría a ser el paso evolutivo, progresivo, civilizatorio de lo arcaico a lo moderno.

Según esta propuesta, para ser desarrollados debemos dejar nuestros hábitos tradicionales y adquirir, asumir y asimilar los modernos. Esta es una propuesta instalada en Latinoamérica en los años 50 y 60 del siglo XX, según la cual si en América Latina queríamos el desarrollo deberíamos dejar lo que somos y tratar de ser como el moderno país del norte.

En esta perspectiva de desarrollo, el difusionismo de la comunicación hace que la evolución sea asimilada y no violenta, que sea imitativa, que la comunicación provoque un acceso casi natural a esta moderna forma de ser.

Entonces, en la comunicación estarán presentes conceptos tales como la persuasión, a fin de que la población cambie sus

hábitos tradicionales y adopte las conductas de las sociedades modernas. Esta propuesta hace de la comunicación algo mágica u omnipotente.

En aquellos años se puso esperanzas especialmente en la radio; la televisión estaba apareciendo, pero se creía que el medio de comunicación masivo podría lograr todo aquello.

Entonces, difusionismo, persuasión, omnipotencia de los medios nos hablan de un fuerte énfasis de la comunicación en el lado de la emisión y por el hecho de emitir la programación dirigida al cambio cumple con las condiciones para este paso de lo tradicional a lo moderno, en términos de géneros y manejo de formatos.

Con este propósito, se va a privilegiar la información en radio y también en televisión, para lo cual los testimonios, y especialmente la dramatización, serán recursos importantes en la tarea persuasiva.

Estas son las contradicciones de un enfoque que es impositivo, que es difusionista, que desde la emisión da las fórmulas de desarrollo, acude a recursos comunicativos ágiles como el drama o el testimonio como elementos de persuasión. En aquellos años había una débil incursión en la televisión y una fuerte presencia de la radio.

Curiosamente esta propuesta teórica está renaciendo, tal vez sin estar explicitado como aquellos años, porque lo dominante en el mundo de la comunicación, es esta concentración -perversamente privada de medios de comunicación- es el difusionismo, es la venta de un modelo neoliberal, de ajuste estructural, de mercado, como la única propuesta posible de desarrollo en nuestro continente, desacreditando al estado, a nuestras culturas y también desacreditando identidades.

Pero existe otra manera de relacionar comunicación con desarrollo y es lo que Luis Ramiro Beltrán llama *la comunicación de apoyo al desarrollo*, entendida como una funcionalización o una instrumentalización del medio de comunicación al proyecto de desarrollo.

Esta relación está en una etapa en la cual quien planifica el desarrollo: el médico, el agrónomo, el economista, la líder de género, el educador, el ambientalista, en general quien maneja el proyecto, acude al comunicador como se acude al artista para que le ponga la música, la palabra elaborada, para que le ponga el arte al mensaje ya constituido en otro lado.

Esta, es una etapa en la cual la comunicación va a ser reducida como un medio de comunicación, entendido como instrumento de comunicación en que se funcionalizan objetivos que están definidos en otros lados.

Entre las propuestas comunicacionales más comunes y los modos de hacer comunicación en estas etapas se va a enfatizar excesivamente en la organización social, en el grupo, en las organizaciones. Es una etapa en la cual el medio informativo, radio y televisión, cuando hace desarrollo, no actúa en función de su naturaleza máxima, sino más bien se reduce en una naturaleza organizativa.

Es curioso, pero esta es una etapa muy rica de la vida latinoamericana en la cual el medio básico empieza a hacer comunicación más bien de carácter grupal, a título de llamarse educativa y de desarrollo. Se reduce la televisión a tecnología educativa, a didáctica educativa; es una etapa en la cual los grupos campesinos se conectan a un televisor para trabajar en grupo, como si estuvieran frente a un monitor de vídeo instalado al frente. Lo mismo se va hacer con la radio.

Es una etapa muy importante de desnaturalización de lo masivo y existe un recurso predominante de los modos de hacer comunicación; el documental pareciera ser lo único que se puede hacer, pero cuando se pide un programa educativo, inmediatamente aparece el documental, tanto en radio como en televisión.

Toda esa capacidad creativa -de una fase menos horizontal, menos democrática en los modos de hacer comunicación del difusionismo- que hizo información y dramatización, que acudió al relato testimonial en una etapa que te permitía la horizontalidad, no es trabajar. Es curioso pero la dramatización, recurso tan importante, va a ser eliminada como posibilidad educativa en esta etapa.

Hay un tercer modelo de relación entre comunicación y desarrollo y que el mismo Luis Ramiro Beltrán llama *comunicación alternativa para el desarrollo democrático*.

Un elemento importante de esta concepción es la transversalidad de la comunicación en los procesos de desarrollo, es decir se plantea que la comunicación no es un elemento adicional al desarrollo, no es un instrumento que va a facilitararlo sino que la comunicación está instalada en la esencia, en el corazón mismo del desarrollo y le está transversalizando, está cruzando todos los factores que intervienen ahí: la economía, la sociedad, la cultura y también la ideología. La comunicación vendría a ser una especie de vaso comunicante y dinamizador de todos los demás.

Es una propuesta en América Latina que enfatiza fuertemente en la necesidad de la participación protagónica de los sujetos en los modos de hacer comunicación. Es la fase en la cual la radio es desmitificada como medio y apropiada por la población. Son los años en los cuales en América Latina los indígenas se apropian del micrófono, hablan en su idioma, cantan sus canciones, hablan desde su cultura, ganan visibilidad y participan.

La televisión se desmitifica menos, casi nada, la radio sí y mucho, entonces una condición de esta relación entre comunicación y desarrollo es la participación.

Explicaciones al desarrollo

Ya no se cree que el desarrollo sea crecimiento económico, ni se afirma que es el paso de lo tradicional a lo moderno. En América Latina estamos en la propuesta de la teoría de la dependencia, que nos dice que la causa del subdesarrollo es nuestra dependencia respecto a centros a los que tenemos que alimentar, con una exportación de recursos de manera absolutamente desigual. Exportar e importar en una relación de intercambio desigual.

Entonces, América Latina plantea que el problema no está instalado entre tradicionales y modernos, sino que el problema es de ricos y pobres y que desde allí tenemos que construir un desarrollo que sea distinto.

En el campo específico de la comunicación, son años muy ricos en que Pasqualli, Beltrán, Mayobre, Díaz Bordenave y otros sobresalen con un impulso muy fuerte. Es importante recordar a CIESPAL -en esa etapa de propuesta crítica latinoamericana del desarrollo y de la comunicación- porque fue el generador, fue la luz, fue el foro donde América Latina empezó a generar sus propuestas hacia el continente.

En el campo específico de la comunicación se identifica que junto con la dependencia y los intercambios desiguales también ocurren flujos informativos desiguales. En América Latina, al empezar los años 70, no teníamos una sola agencia informativa latinoamericana y teníamos que traerlo todo de fuera, los mensajes nos venían empaquetados y era, en verdad, retransmisores de cosas empaquetadas de otros lados.

Eran épocas en las cuales las decisiones de las democracias en nuestros países no se decidían en nuestros gobiernos sino en las embajadas americanas. Esta etapa tan rica que desde el campo de la comunicación nos va a sugerir, definitivamente, que comunicación no es medio de comunicación, que comunicación es algo más amplio y por eso surge la propuesta de la necesidad de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, el NOMIC.

Hablamos, entonces de un nuevo orden con equilibrio informativo, donde además de receptores de información seamos productores de nuestra propia información, productores de nuestro propio desarrollo, de manera tal que la comunicación ya no es el elemento accesorio que le pone la musiquita a la palabra preelaborada, sino que la comunicación es el lugar donde también se elabora la palabra y eso es lo importante de esa época de la vida de nuestro continente.

Es la época en que América Latina, y nuevamente desde CIESPAL, plantea la necesidad de políticas nacionales de comunicación que garanticen un control no solamente de la producción sino también de la circulación y de la formación profesional. De manera tal que el comunicador no sea solamente el periodista sino que sea un profesional que abarque algo más que el manejo de la información, que abarque la capacidad de entender a la sociedad, la capacidad de proyectar una programación integral en función de esta sociedad y en función de este desarrollo.

Es la época en la cual las escuelas de periodismo se convierten en facultades de comunicación; sin embargo, si somos objetivos con esta propuesta de lo alternativo, que en aquellos años era absolutamente justificable, debemos encontrar que no fue una propuesta totalmente perfecta.

Lo rico de la propuesta es la dignidad de nuestros pensadores latinoamericanos en generarnos un pensamiento propio, auténtico

de este continente. La dificultad es que nos plantea lo alternativo de la comunicación: algo dominante que es malo y; algo bueno que lo tenemos que generar desde acá y va a contraponer, pero de manera binaria, todo blanco y negro, rico y pobre, artesanal y altamente tecnologizado.

La televisión alternativa da lugar al nacimiento de la televisión cultural, a la que Valerio Fuenzalida lo llama televisión pública, más bien para abarcar este tipo de experiencias universitarias, gremiales, regionales que también hacen televisión y no, necesariamente, acuden al estilo general de los medios comerciales de aquella época y a los cuales Peter Schenkel, ex asesor de CIESPAL, llamó imperialismo cultural.

Es la época en la cual nacen muchos epítetos hacia la televisión: homogenizadora cultural, estandarizadora de valores, alienante, globalizadora, etc. ¡Creo que se nos fue la mano! ¡Fuimos demasiado injustos en los juicios respecto a la televisión! pero en aquellos años era importante hacer una denuncia, una contestación en ese sentido.

A estos tres factores, que analizó profundamente Luis Ramiro Beltrán, me permito incluir una cuarta posibilidad de relación entre televisión y desarrollo y que le llamo *comunicación-desarrollo o comunicación con desarrollo*. No es un juego de palabras sino que se trata de interpretar desde la actualidad una relación diferente entre comunicación y desarrollo.

Lo que ocurre también con la historia es que nos acumula memoria, nos ofrece realidades presentes, distintas, y también desafíos posibles de futuro distintos, de manera tal que el pensamiento no se puede saldar. El pensamiento y las maneras de acercarnos a la realidad tienen que irse renovando permanentemente.

En la época actual, en estos años en América Latina, este es un elemento importante y la comunicación siempre es importante. Soy partidario de las propuestas de Jesús Martín Barbero, del mismo Armando Mattelar en su entorno al sujeto, para que hagamos un desplazamiento desde el emisor hasta el mundo de la recepción comunicativa. En última instancia, se define que hay comunicación en el momento en que la audiencia, en que el televidente está receptando, percibiendo lo que nosotros le ofrecemos. Distinta a la propuesta instrumentalizada de la emisión, o sea, el hecho que nosotros lancemos mensajes sobre cultura, no está garantizando que la gente está haciendo cultura.

Tenemos que partir necesariamente de la constitución cultural de nuestras audiencias y lo digo, expresamente, para ustedes porque creo que el medio que menos se está acercando a la audiencia es la televisión; sin embargo se habla de un televidente adicto.

En el mundo académico es muy difícil que los colegas reconozcan que les gusta la televisión. ¡No se por qué si ven con tanto placer como yo mismo y nosotros vemos con tanto placer como la gente común! Creo que la academia tiene que sacarse el corbatincito que su cultura culta se afecta por el carácter masivo de la televisión.

Soy adicto, por ejemplo, al Chavo del 8, me gustan las telenovelas brasileras y aunque soy un viajero empedernido, nunca puedo seguir el culebrón de principio a fin de una telenovela, pero mi suegra me lo cuenta, cuando llego a casa le pregunto ¿en qué está la cosa?.

Cito este ejemplo personal porque a la televisión la tenemos que juzgar -no desde las anteojeras puritanas de aquellos quienes ven la televisión por su popularidad- sino desde el gusto de la gente y la explicación que nos tenemos que dar es ¿por qué gran parte

de lo que hace la televisión es porquería enlatada? ¿por qué le gusta a la gente? ¿por qué gusta la prensa amarilla? ¿por qué le gusta a los mutantes? ¿por qué le gusta el rock pesado? Esas son las preguntas de fondo que la comunicación tiene que hacer para trabajar en un medio de comunicación.

Con esta propuesta estoy diciendo y ratificando que comunicación no es igual a medio de comunicación. La televisión no es comunicación. La comunicación es la mediación cultural que establecemos nosotros comunicadores con nuestros públicos, encajando en sus gustos, en sus necesidades, en sus propuestas, en sus esperanzas, en sus miedos, en sus imaginarios, en sus odios, también en sus amores.

En la medida en que nosotros nos enganchemos a la vida cotidiana de la gente, porque no hay otra vida que no sea la cotidiana, no vamos a hacer comunicación. Tenemos que mediar porque nadie nos puso en el mundo para decirle a la gente ¡qué es lo que tiene que hacer!

La comunicación nos fue dotada por Dios, con una pasión para que nosotros expresemos lo que la gente quisiera hacer y reconozcamos lo que la gente está haciendo con aquello que transmitimos también.

No existe una relación mecánica entre lo que yo digo y lo que se hace, la gente puede entender de mil maneras lo que estás hablando. Existe un sentido de utilidad en la recepción que es un proceso complejo e interesante.

Primero tiene un nivel de recepción total, si existen condiciones técnicas buenas, si no hay ruido, la gente te ve, te escucha y te deja pasar al otro nivel, pero si existe ruido, una imagen borrosa, si la gente no reconoce lo que está viendo, simplemente cambia el canal ¿no es cierto?, entonces, la calidad tecnológica-comunicativa

es primer nivel de recepción. El segundo nivel de recepción son las condiciones en las cuales la gente recepta un mensaje: individual, grupal, social, ¿está triste? ¿está contento? ¿qué está? Este es un elemento que tenemos que trabajar cuando hacemos vida cotidiana y es el elemento quizás nuevo y que nunca tiene que salir de la formulación de la educación.

La subjetividad de la gente, la individualidad de la persona, la audiencia no es grupo ni un colectivo siempre, la audiencia es individuo o ¿no les pasa que cuando se acerca un programa musical en televisión, no necesariamente, ven lo que aparece, sino que buscan lo que quisieran escuchar? ¡Si tengo nostalgia de mi tierra, de Bolivia, buscaré música de mi tierra o algo parecido! y ¡si tengo nostalgia de mis amores en Bolivia, buscaré a Luis Miguel seguramente! ¿no es cierto?

Si inicialmente desarrollo era crecimiento económico, luego era transformación de la sociedad, ahora en nuestros días, el desarrollo se llama desarrollo humano. Desde una propuesta original de Adolf Jak, asumida por las Naciones Unidas nos dice que: “el objetivo final del desarrollo es calidad de vida de los hombres y mujeres y el protagonista principal de este desarrollo son también los hombres y mujeres».

El ser humano es visto como el eje central del desarrollo tanto como objetivo como generador de su protagonismo. La comunicación entonces, tiene que pensar en el ser humano cuando habla de desarrollo, no necesariamente los grandes objetivos ni la calidad de vida empieza por ejemplo en la seguridad personal.

Mucho de lo que se hace en comunicación alimenta la inseguridad ciudadana con los programas de violencia y sangre. En el Ecuador hay uno, como éste deben existir miles en sus países que nos muestran casos policíacos que son morbosos en el tratamiento de la información.

Cuando uno sabe que es un programa especializado ¡si quiere lo ve o si no lo cambia! creo que lo peligroso en el continente es que muchos informativos están llenos de casos policíacos. Las preguntas que tenemos que hacernos ¿a qué desarrollo contribuimos?, ¿a qué ser humano ayudamos a formar? América Latina ¿necesita seres humanos desesperanzados, asustados? ¿las niñas de las escuelas acaso tienen miedo del profesor porque las va a violar? ¿deben tener miedo de salir a la plaza porque les van a robar la bicicleta?.

No sé si nos hemos puesto a pensar en la comunicación, en su función social porque mucho de esto lamentablemente se está haciendo en el continente y especialmente con la televisión. Lo que nos pasa es que, como dice el Chapulín Colorado «sin querer queriendo» estamos alimentando las formas del antidesarrollo.

Cuando hagamos un programa de televisión pensemos en que la comunicación se hace en la sociedad, en la vida y que el desarrollo se hace allá también. La comunicación no se acaba en el set del canal, es la vida, son las mediaciones y ahí existe un proceso muy rico que Néstor García Canclini llama las hibridaciones culturales, entonces, somos mezclas culturales, nos entremezclamos permanentemente y lo que nos está entremezclando principalmente ¿no son las migraciones?

Tomemos en cuenta que el emigrante no es el ser que se traslada con su cultura y se instala con su cultura, ni que es asimilado culturalmente por una ciudad, donde las gentes se entremezclan. Tomemos en cuenta la migración como un fenómeno importante cuando hagamos programas dirigidos a las ciudades.

Las estadísticas dicen que la mayor parte de la población urbana es de inmigrantes, entonces, pensemos que hablamos con una población que es mutante, que necesita ganar seguridades y no halla donde instalarse para vivir. Busca seguridades porque le

guste o no le guste, este inmigrante no tiene otra alternativa para vivir, no puede volver a su lugar de origen porque fue expulsado debido a las condiciones de excesiva pobreza.

Decir que nuestras identidades ya no dependen solamente del lugar donde vivimos, sino que los imaginarios, la realidad virtual nos hace pertenecer también a otros mundos.

En un encuentro con indígenas, de distintos países de América Latina, les planteé esto, «les guste o no les guste» desde el momento que entró la televisión y cuando entra el Internet, ya no somos ciudadanos de ese lugarcito, somos ciudadanos que nos transterritorializamos. Entonces, digamos que el espacio le está cediendo una importancia al tiempo, vivimos en un espacio determinado, pero estamos viviendo en tiempos históricos distintos, así nos tenemos que entender los latinoamericanos, como seres que estamos en permanente transformación en términos de identidad.

Con todos estos elementos, la televisión tiene que ser valorada desde el gusto y la preferencia de la gente, necesariamente. Debemos asumir que ver televisión es un acto cultural importante; ver televisión es una especie de safari cultural, donde uno con el zapping va buscando distintas posibilidades culturales de identificación y no podemos negar esa posibilidad.

El disfrute real de ver televisión no se da en el momento de la recepción, sino en el momento en que la gente compara lo visto con su vida cotidiana, en el momento en el cual la empleada doméstica se hace la ilusión de que el patrón le va a dar un besito un poco antes de dormir ¡ese es el momento!, cuando mi suegra me cuenta la telenovela y se acuerda de su marido y de otras cosas ¡ese es el momento del disfrute en la televisión!

Quienes trabajan en televisión ¡no lo desaprovechen! Hagan televisión televisiva para que en ese momento receptivo de utilidad

en el cual la gente compara, asimila, recrea, reinvente nuestras propuestas con lo que le es útil en su vida cotidiana, material o inmaterial y virtual también. ¡Esa es la gran capacidad de la imagen: hacernos soñar!

Quiero, también, advertir en estas posibilidades muy amplias de la televisión, que la televisión latinoamericana está en deuda con el continente, con el servicio público que nos corresponde, con el rol social para el desarrollo.

La televisión está coqueteando con lo social pero con quien se está acostando es con el rating, curiosa posibilidad... ¡coquetea con uno y se acuesta con otro! Es que no sólo se puede acostar con el rating porque no puede ser el único punto de partida de la calidad comunicativa, es más ¡debería ser el último!

Entonces ¿qué significa esto? repensar nuestros medios en una función comunicativa, no solamente en la comunicación y el medio sino en la realidad actual de América Latina. Quiero acudir, nada más, a cuatro factores reales, impactantes.

1.- América Latina es un continente -que con las políticas de ajuste, con las políticas macroeconómicas- está logrando un crecimiento económico estadístico pero al lado lo que está provocando es una fuerte exclusión cultural y un crecimiento inhumano de la pobreza.

Nosotros, comunicadores, cuando hacemos desarrollo y aunque no hagamos desarrollo, no podemos dejar de pensar en que continente estamos trabajando. Algunos datos: el 46% de los latinoamericanos no satisface sus necesidades básicas; el 22% vive en una condición de extrema pobreza, es decir que come una sola vez al día; el 18% vive en una situación de hambre crónica, no come.

Estos datos corresponden al último informe de desarrollo humano elaborado por las Naciones Unidas. Creo que en la realidad podríamos aumentarle unos numeritos a estos porcentajes. No importa, ya las cifras son dramáticas y no nos olvidemos de que esto también es América Latina, que existe exclusión y que existe una pobreza que es inhumana.

El tema es que cuando nuestro único punto de partida es el rating desaparece la ética. Desaparece la ética de tomar en cuenta por ejemplo estos datos y sacrificamos los derechos humanos también de nuestra tarea comunicacional.

Las tres familias multimillonarias, las tres primeras en el mundo, tienen un ingreso mayor al producto nacional bruto de todos los países latinoamericanos, asiáticos y africanos. ¡Si no lo sabían, este es un dato que deberíamos trabajarlo en nuestros programas de televisión!

Las estadísticas son múltiples, veamos el informe de desarrollo humano de las Naciones Unidas y veamos cómo le podemos hacer tema de nuestras agendas y ¡no hablar de un milagro económico en los países de América Latina, porque no lo tenemos!

Se escucha hasta el cansancio en Ecuador sobre el milagro económico boliviano y, en verdad, no me siento reconocido porque lo macroeconómico, la acumulación de estos factores ha llevado a una pobreza que ya es inhumana y esto es hacer comunicación también la denuncia y la provocación de las salidas.

2.- La revolución de las comunicaciones conlleva mayor incomunicación pero ¡qué curioso... aumenta las tecnologías de la información y la comunicación y en América Latina nos estamos haciendo países más incomunicados! No quiero incidir mucho en esto, pero en América Latina y en el mundo de la tecnología tenemos un gran rezago histórico ¡no crean que estamos bien, estamos muy mal!

Un colega chileno, José Joaquín Bruner, entrega esta información: del total de los host de Internet en el mundo, en América Latina solo tenemos el 1% ¡esa es nuestra capacidad de producción de software en el continente! Las nuevas tecnologías ponen en el centro de las decisiones el conocimiento que es la base de la producción.

La producción científica latinoamericana no llega al 2% del aporte mundial ¿vean cuánto conocimiento estamos produciendo? y en materia de recepción por Internet y correo electrónico -de lo que circula por el mundo- somos consumidores modestos de apenas 2% del total. Así que no nos hagamos ilusiones de que existe avance tecnológico y que América Latina está montada en este avance tecnológico.

Tenemos en un rezago histórico y una tarea importantísima que cumplir. Existe ahora una división entre informáticamente ricos e informáticamente pobres. Somos un continente ¡informáticamente pobre! no estamos enchufados, totalmente, a esta sociedad de la información, de la comunicación y encima de todo al no producir software, no estamos produciendo conocimiento.

No tener acceso, no tener capacidad de producir conocimiento es no estar produciendo poder tampoco. ¡El dato conocimiento es igual a poder!

3.- ¿Qué es importante en términos de democracia y desarrollo? El descrédito de la política en el continente nos tiene que preocupar porque ese descrédito de la política conlleva al descrédito de la democracia y necesariamente al debilitamiento mayúsculo del Estado.

Lo cierto es que en América Latina tenemos 20 años de vida democrática, de una democracia formal que no ha sido apropiada por la gente. El grave problema que tiene el continente es que

contamos con una democracia importada e impostada de otros lados, que se ha hibridado, que no se ha mestizado con las formas de democracia que tiene la ciudadanía y eso es algo que se tiene que superar y es una tarea, fundamentalmente, de la comunicación: el hibridar la política desde las formas de gobernabilidad, de democracia, de participación que tiene la gente, sino la democracia va a ser siempre el hijo, él hace lo que se viene en gana y luego ya no apoyo, lo cual provoca la pérdida de la credibilidad.

No nos conviene como latinoamericanos perder credibilidad en la democracia. Si el estado se debilita, el campo de la comunicación se afecta mucho y un modo de afectación importante en estos tiempos es que el Estado no está asumiendo el rol importante que le compete en el manejo y el control de la comunicación.

¿En cuántos países existen Ministerios de Comunicación? ¡ya no existen! porque el ministerio de información es una secretaría de información gubernamental -reducida a su rol difusionista de los años 60- para decir la verdad desde una misión instalada y ¿la ciudadanía qué? ¿y los países qué?

La comunicación es tan importante en el Estado como la educación y la salud ¡es un derecho de esa magnitud! ¿Qué pasaría, por ejemplo, en el campo de la educación, si el estado no lo regulara? los grados de deserción aumentarían inhumanamente y el único acceso a la educación sería de aquellos quienes pueden pagar y seguramente los colegios privados para poder absorber gente de los fiscales bajarían costos y con los costos bajaría el nivel y calidad educativa.

Lo mismo está pasando con la comunicación; los Estados licitan las vías de comunicación, el acceso al espacio electromagnético de la comunicación desde un punto de vista estrictamente comercial, donde el que tiene un acceso es el que tiene dinero y los medios educativos, comunitarios, los medios de

desarrollo no son reconocidos porque no pueden pagar y cuando se les reconoce se les dice, por ejemplo, a las radios comunitarias, ¡no más de un kilovatio! ¡no puedes hacer red! ¡no puedes captar publicidad! ¡no puedes lograr auspicio! en pocas palabras ¡no puedes vivir! .

¡Eso no es Estado! ¡esa no es la democracia que queremos! ¡ese no es el Estado que va a hacer desarrollo! Necesitamos generar un Estado que regule la comunicación y no sólo las vías de comunicación sino también los procesos de comunicación.

¿Quién decide lo bueno y lo malo de lo que circula como producción? ¿cómo programa la televisión y la radio? es el propietario que mayor cantidad de medios concentra en sí mismo, el que está diciendo lo bueno y lo malo ¿por qué tiene que ser así? ¿por qué tenemos que admitir que esto sea así? ¿por qué no incluimos las voces enteras en nuestros países en los modos de representarnos en los mundos? Es una pregunta que nos tenemos que hacer cuando trabajamos democracia y como dice Jesús Martín Barbero, si la política quiere contribuir al desarrollo, se tiene que mestizar, se tiene que hibridar con la ciudadanía ¡no tiene otra alternativa!

4.- Finalmente, planteo la ética como una interrogante ¿existe ética? ¿una propuesta comunicacional de hacer mercado? Con estas preguntas y con esta realidad quisiera sugerirles algunas premisas como ideas generales de qué cosa se debería hacer si comunicacionalmente trabajamos la televisión para el desarrollo.

Primero: *pensar la comunicación* porque nuestro rol no es sólo producir artísticamente cosas. Pensar desde la realidad, pensar desde la incertidumbre. En estos tiempos, la paradoja, la pregunta, tienen un valor comunicacional mucho más grande que hablar desde las certezas que no existen, que hablar de fundamentalismos que no existen tampoco.

¿Por qué en nuestros modos de hacer comunicación no recuperamos la posibilidad de preguntarnos? ¿por qué no recuperamos la posibilidad de la incertidumbre para construir algo nuevo? en vez de vender solamente el mercado, como la única posibilidad salvadora en nuestro continente.

Deserteg, comunicólogo francés, dice que en América Latina -en el campo de la comunicación- nos hemos movido siempre en el espacio de la táctica. La táctica es aquella donde tú te mueves siempre en el espacio del enemigo, siempre en el espacio de la globalización y no tenemos un lugarcito donde volver para pensar desde nosotros y hacer algo distinto.

Cuando hacemos una programación televisiva siempre estamos pensando en el rating, en la competencia, de qué nos manda Televisa, en fin. No estamos pensando desde nosotros. Deberíamos empezar a pensar desde el campo que se llama la estrategia, aquel en el cual estás compitiendo porque la comunicación compite todo el tiempo y tienes un lugarcito en el cual puedes volver para recuperar energías, para producir, para inventar, para crear y en América Latina ese lugarcito de la estrategia se llama cultura. Tenemos que volver a nuestras culturas, creo que ahí está la fuerza creadora de lo que podamos hacer en el continente.

Segunda premisa: *trabajar por el derecho de la comunicación*. Este derecho tiene dos acepciones, una información digna, pero tómenselo en serio, información digna. Estaba con gente de prensa, de una red de televisión en mi país, y cuando hablé con ellos les digo, pero niña ¿qué pasa con tu programa? ¡es sangre, es todo policía! ¿no hay otras noticias en esta ciudad? ella me dice: pero ¡eso es lo que me pide mi jefe! , yo ya no puedo hacer comunicación sino solamente cumplir con la nota de sangre que va a tener el rating.

Entiendo... y a los propietarios les pido que dejen hacer comunicación a los productores, ¡no los hagan robot! ¡no los hagan piecitas útiles a lo que el mercado y el rating están pidiendo! y a los periodistas les digo ¡encontremos las formas de vender esperanzas en el continente! Necesitamos información digna pero esta es una cara del derecho a la comunicación. La otra cara y el gran desafío es que tenemos que dar paso a la participación, al protagonismo.

La gente, los jóvenes, las mujeres, los indígenas ya no quieren verse representados solamente en la televisión ¡quieren estar ahí, quieren expresarse! y la televisión se tiene que desmitificar, es cara yo sé, pero se tiene que desmitificar y que los canales regionales no hagan lo mismo que hacen los comerciales. No existe otra alternativa en la comunicación, tenemos que dar paso a la expresión, a la participación.

En comunicación, para nosotros, el tema no empieza en la palabra o en la imagen, la semiótica nos decía en su análisis de contenido, de mensajes, que la comunicación sobrepasa aquello. Nosotros tenemos que trabajar en el lugar donde se enuncia la palabra, dónde se está construyendo la palabra, esa es nuestra tarea y en este momento en el continente, hay dos modos de enunciación: uno, la palabra y otro, el grito.

El grito, la desesperación, que a mí me provocan, con el tratamiento en esos informativos televisivos, porque cuando existe una movilización social la condenamos, porque cuando una mujer está llorando porque se le cayó la casa nosotros la folklorizamos, ese es un grito de enunciación y lo tenemos que recuperar como tal si en verdad queremos hacer una información digna, ética.

Tercera premisa: *valorar, revalorar las políticas de comunicación* como tarea de quienes estamos en el campo de la investigación y la planificación de la comunicación, el trazar nuevamente políticas ciudadanas de comunicación.

Cuarta premisa, *aprendamos de la práctica*, pero no sólo de la práctica de los grandes medios que nos dicen ¡bueno, en España este programa funciona bien y allá me va a funcionar también! Aprendamos de la práctica chiquita, que es pobre todavía pero desde acá podemos generar no solamente estilos, géneros, maneras de hacer televisión, sino también teorías comunicacionales desde la práctica.

Quinta premisa: *la comunicación es cuestión de educación*. Es muy frecuente escuchar que la televisión no educa, que está hecha para entretener e informar pero que no tiene la capacidad de educar. Distintos teóricos nos dicen -y con buen criterio- que cuando una audiencia accede a la televisión va para recibir mensajes inmediatos para procesarlos, pero que no tiene interés por el aprendizaje.

Si esto fuera así, el desafío es que hagamos que la televisión eduque y de hecho educa y mucho. No creo que exista un medio con una potencialidad más educativa que la televisión. Naturalmente que desaprovecharíamos la televisión con sentido educativo si empezamos a dar clases o a dar sermones.

Tenemos que recuperar el drama como recurso educativo importante en la televisión, entonces hagamos telenovelas con todo el costo que tienen las brasileras, con todo el llanto que tienen las mexicanas, hagamos telenovela pero que eduque. Y cuando digo eduque es que genere esperanzas en un continente distinto y ganas de hacer algo distinto también.

La comunicación en desarrollo exige finalmente, como última premisa, *pactos éticos por la vida*. Presido la Red de Redes Latinoamericanas de Comunicación para el Desarrollo, ahí están las Facultades Latinoamericanas de Comunicación, CIESPAL, la Federación de Periodistas, estamos los católicos, los cristianos, la radio comunitaria, la radio educativa, formamos un movimiento

continental que queremos hacer desarrollo de la comunicación y todos coincidimos en que atrás quedaron los tiempos en los cuales había que pelearse con los medios comerciales. Atrás quedaron los tiempos en los cuales se creía que el Estado era el enemigo.

La propuesta nuestra es que nos sentemos juntos, que trabajemos juntos. Lo comercial no es malo por ser comercial, lo que pasa es que tiene que abrir espacios aunque sean pequeños a otros tipos de producciones. Es lícito que los empresarios ganen dinero, pero que lo ganen también con producción educativa. ¡Hagamos pactos éticos por la vida! pero no en lo siguiente ¡no más exclusión y no más pobreza en América Latina!



LA ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS

La Organización de los Estados Americanos (OEA) es la organización regional más antigua del mundo, ya que se remonta a la Primera Conferencia Internacional de Estados Americanos, celebrada en Washington, D.C., de octubre de 1889 a abril de 1890. En esta reunión se aprobó la creación de la Unión Internacional de Repúblicas Americanas. La Carta de la OEA se suscribió en Bogotá en 1948 y entró en vigencia en diciembre de 1951. Posteriormente la Carta fue enmendada por el Protocolo de Buenos Aires, suscrito en 1967, el cual entró en vigencia en febrero de 1970; por el Protocolo de Cartagena de Indias, suscrito en 1985, el cual entró en vigencia en noviembre de 1988; por el Protocolo de Managua, suscrito en 1993, el cual entró en vigencia el 29 de enero de 1996; y por el Protocolo de Washington, suscrito en 1992, el cual entró en vigor el 25 de septiembre de 1997. En la actualidad la OEA tiene 35 Estados miembros. Además, la Organización ha otorgado categoría de Observador Permanente a 49 Estados, así como a la Unión Europea.

Los propósitos esenciales de la OEA son los siguientes: afianzar la paz y la seguridad del Continente; promover y consolidar la democracia representativa dentro del respeto al principio de no intervención; prevenir las posibles causas de dificultades y asegurar la solución pacífica de las controversias que surjan entre los Estados miembros, organizar la acción solidaria de éstos en caso de agresión; procurar la solución de los problemas políticos, jurídicos y económicos que se susciten entre ellos; promover, por medio de la acción cooperativa, su desarrollo económico, social y cultural, y alcanzar una efectiva limitación de armamentos convencionales que permita dedicar el mayor número de recursos al desarrollo económico y social de los Estados miembros.

La OEA realiza sus fines por medio de los siguientes órganos: la Asamblea General; la Reunión de Consulta de Ministros de Relaciones Exteriores; los Consejos (el Consejo Permanente y el Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral); el Comité Jurídico Interamericano; la Comisión Interamericana de Derechos Humanos; la Secretaría General; las Conferencias Especializadas; los Organismos Especializados, y otras entidades establecidas por la Asamblea General.

La Asamblea General celebra períodos ordinarios de sesiones una vez por año. En circunstancias especiales se reúne en períodos extraordinarios de sesiones. La Reunión de Consulta se convoca con el fin de considerar asuntos de carácter urgente y de interés común, y para servir de Organismo de Consulta en la aplicación del Tratado Interamericano de Asistencia Recíproca (TIAR), que es el principal instrumento para la acción solidaria en caso de agresión, El Consejo Permanente conoce de los asuntos que le encomienda la Asamblea General o la Reunión de Consulta y ejecuta las decisiones de ambas cuando su cumplimiento no haya sido encomendado a otra entidad; vela por el mantenimiento de las relaciones de amistad entre los Estados miembros así como por la observancia de las normas que regulan el funcionamiento de la Secretaría General, y además, actúa provisionalmente como Organismo de Consulta para la aplicación del TIAR, La Secretaría General es el órgano central y permanente de la OEA. La Sede tanto del Consejo Permanente como de la Secretaría General está ubicada en Washington, D.C.

ESTADOS MIEMBROS: Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas (*Commonwealth de las*) Barbados, Belice, Bolivia, Canadá, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Dominica, (*Commonwealth de*), Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Grenada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Saint Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.

*Este libro de la colección “Encuentros”
se terminó de imprimir en Febrero del 2003
siendo Director General del CIESPAL
el Dr. Edgar Jaramillo S.*

