

Democratizar la palabra

Movimientos convergentes en comunicación

Oswaldo León (coord.)



Democratizar la palabra

Movimientos convergentes en comunicación

Oswaldo León (coord.)



enero 2013

Democratizar la palabra

Movimientos convergentes en comunicación

Coordinación: Osvaldo León

Producción: ALAI

Edición y corrección: Eduardo Tamayo y Sally Burch

Diagramación: Serafín Ilvay

Diseño de la portada: Verónica León

Imprenta: Artes Gráficas Silva

Primera edición: Quito, enero de 2013

ISBN 978-9978-9955- -



Agencia Latinoamericana de Información

Casilla 17-12-877, Av. 12 de octubre N18-24, Of 503, Quito, Ecuador

Tel: (593 2) 2505074 Fax: (593 2) 2505073

E-mail: info@alainet.org Web: www.alainet.org

Esta publicación se realizó con el auspicio de
la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana



Contenido

Prefacio	7
Comunicación, democracia y movimientos sociales, <i>Oswaldo León</i>	9
Pueblo Indígenas: Comunicación, cultura y derechos, <i>Sally Burch</i>	29
Política de comunicación indígena, características y compromisos, <i>Franco Gabriel Hernández</i>	37
Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena	53
IV Cumbre Continental Indígena: Declaración de la Mesa de Comunicación	57
Colombia: Política de comunicación desde los pueblos indígenas: Tejidos como alternativas prácticas, <i>Vilma Almendra y Manuel Rozental</i>	63

Colombia: Pronunciamento del I Foro Nacional de Comunicación Indígena	79
Organizaciones del campo: Propuestas y respuestas colectivas, <i>Oswaldo León</i>	87
Planteamientos e iniciativas de las organizaciones del campo, <i>ALAI</i>	93
Principios Políticos ideológicos del Colectivo de Comunicación de la CLOC-VC	107
Estrategia de Comunicación de La Vía Campesina Centroamericana	115
Movimiento de mujeres: La comunicación con enfoque de género, <i>Sally Burch</i>	117
Agenda de comunicación y género, <i>Minga Informativa de Movimientos Sociales</i>	121
Comunicación: un debate estratégico para las mujeres, <i>Marcha Mundial de las Mujeres</i>	129
Visibilizar a las mujeres como actoras sociales, <i>ALAI</i>	143
En el movimiento sindical: La comunicación es un espacio de disputa estratégica, <i>Oswaldo León</i>	149
II Congreso de la CSA: Resolución 9: Sobre Democratización de la Comunicación	155

Movimientos convergentes en comunicación

CUT Brasil: Para que nuestra palabra irradie
cada vez con mayor potencia 161

La juventud encara a los medios, *Gustavo Fuchs* 169

Documento de Exigencias Mínimas:
Un nuevo sistema de medios,
Grupo de democratización de medios #YoSoy132 177

Plataformas comunes y nuevas normativas legales

Argentina: La lucha por una ley de comunicación
audiovisual democrática, *Sally Burch* 185

Argentina: 21 puntos básicos por el
derecho a la comunicación,
Coalición por una Radiodifusión Democrática 195

Argentina: A dos años de la aprobación de la
Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 201
Coalición por una Radiodifusión democrática

Argentina: A 3 años de la sanción de la
nueva Ley de Medios,
Red Nacional de Medios Alternativos 205

Brasil: En camino hacia una nueva ley,
Oswaldo León 213

Plataforma para un nuevo Marco Normativo
de las Comunicaciones en Brasil 219

Brasil: Para expresar la libertad Una nueva ley para un nuevo tiempo	235
Ecuador: conquistas constitucionales que no aterrizan, <i>ALAI</i>	237
Ecuador: Propuesta para Democratizar la Comunicación, <i>Foro Ecuatoriano de la Comunicación</i>	243
Ecuador: 7 compromisos para hacer realidad el derecho a la comunicación, <i>Campaña Radios Comunitarias Ya!</i>	255
Bolivia: participación indígena en las iniciativas legislativas, <i>Sally Burch</i>	259
Bolivia: Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación	269
Uruguay: Medios comunitarios tienen su ley, <i>ALAI</i>	283
Uruguay: Ley N° 18.232 - Servicio de Radiodifusión Comunitaria	285
Una iniciativa del “Pueblo Legislador” en Venezuela, <i>ALAI</i>	295
Venezuela: Proyecto de Ley de Comunicación del Poder Popular	297
Enlaces	309

Prefacio

En el nuevo panorama que se dibuja en América Latina, envuelto por los vientos de cambio que soplan desde el Sur, paulatinamente están encontrando cabida banderas desplegadas en las luchas sociales. Una de ellas es la de la democratización de la comunicación, que pasa por la actualización de las normativas legales -para que la libertad de expresión deje de ser el privilegio de unos pocos-, y políticas públicas que garanticen el pluralismo y la diversidad, preservando el interés colectivo sobre apetitos particulares.

Ante esta elemental aspiración democrática, la reacción furibunda de los grandes grupos mediáticos es una demostración por sí misma de la magnitud del poder que detentan –en tanto factores estratégicos para la reproducción del status quo–, pues de esa manera incluso consiguen intimidar a muchos actores políticos, cuando no gobiernos. Pero no pasan de ser “triumfos” circunstanciales, pues la causa por la democratización de la comunicación ya está marcada en la agenda de los cambios históricos.

El propio impacto que tiene la comunicación en todos los órdenes de la vida contemporánea conduce a que la demanda por su democratización deje ser un asunto circunscrito a quienes están directamente involucrados en este campo y se torne un desafío ciudadano. Y esta es la dimensión que esta lucha tiene en la actualidad. Y como un aporte a ella, con un sentido de compartir, en las páginas que siguen recogemos tanto posicionamientos de varias coordinaciones y organizaciones sociales, como plataformas comunes y normativas legales que están abriendo brecha para hacer realidad la democratización de la comunicación y el reconocimiento pleno del Derecho a la Comunicación.

Comunicación, democracia y movimientos sociales

Oswaldo León

Prácticamente desahuciada por las políticas neoliberales, la lucha por la democratización de la comunicación se presenta hoy con singular vitalidad en sintonía con los cambios políticos que vive América Latina desde la década pasada. Ya no se trata de un asunto circunscrito a quienes se encuentran vinculados directa o indirectamente a la comunicación, sino de una causa asumida por cada vez más actores sociales, puesto que ventila el futuro mismo de la democracia.

La democratización de la comunicación es, ante todo, una cuestión de ciudadanía y justicia social, enmarcada en el derecho humano a la información y a la comunicación. Por lo mismo, es consustancial a la vida democrática de la sociedad, cuya vitalidad depende de una ciudadanía debidamente informada y deliberante para participar y corresponsabilizarse en la toma de decisiones de los asuntos públicos.

Bajo la hegemonía neoliberal, esta aspiración democrática se ve seriamente constreñida pues colocar al mercado como eje del ordenamiento social implica diluir todo sentido de ciudadanía, para dar paso a la figura omnipresente de consumidor/a, con la particularidad que la comunicación pasa a constituirse en soporte clave de tal proceso. Esto es, la comunicación, por el acelerado desarrollo de tecnologías y técnicas que registra, no sólo que es objeto de sustantivos cambios internos, sino que se convierte en uno de los sectores más dinámicos, con profundas repercusiones en todos los órdenes de la vida social.

En tanto proyecto global, se pone a la orden del día la imposición de políticas de liberalización y desregulación, sobre todo en materia de telecomunicaciones, para eliminar cualquier regulación o espacio estatal que pudiera interponerse a la expansión transnacional, y de normativas orientadas a lograr que de una vez por todas la información y la producción cultural sean consideradas meras mercancías. Y es así como se potencia una industria mediática y de la cultura altamente concentrada y regida por criterios exclusivamente comerciales, bajo los cuales lo que cuenta son los criterios de rentabilidad por sobre aquellos de interés público.

Al calor de la mundialización económica, es en el campo de la comunicación donde con mayor virulencia se ha desatado la dinámica de concentración empresarial y transnacionalización, que se ha traducido en el apareamiento de megacorporaciones –vía fusión de medios impresos, cadenas de televisión, TV cable, cine, software, telecomunicaciones, entretenimiento, turismo, entre otros–, con ramificaciones en todos los rincones del mundo.

Bajo estos parámetros, los medios de difusión multiplican su capacidad para gravitar en la configuración del espacio público y de la ciudadanía, por su mayor incidencia sobre los entornos sociales y la propia cotidianidad. La predominancia que ahora ostentan respecto a otras instancias de mediación social –partidos, gremios, iglesias, establecimientos educativos, etc.– es tal que éstas para prevalecer precisan recurrir a ellos sistemáticamente.

De hecho, lo que sabemos resulta cada vez menos de las experiencias de primera mano, y cada vez más por lo que nos llega de la realidad construida por los medios; o sea, la materia prima que sirve para configurar las realidades en las que nos desenvolvemos, las pautas de la agenda pública que determinan en torno a cuáles temas opinar, con quiénes identificarnos o no, etc. De modo que es esta construcción mediática la que les da ese peso específico en la sociedad y por lo mismo es que tiene tanta o mayor importancia los silencios que guardan, los mecanismos de invisibilización. De ahí que para la salud democrática resulta clave garantizar la pluralidad y la diversidad de medios.

En clave de Derecho a la Comunicación

Como las políticas neoliberales agravaron seriamente los problemas sociales que supuestamente iban a resolver, las propuestas de cambio levantadas desde las resistencias sociales y políticas encuentran un sustantivo respaldo por parte de la ciudadanía, pese a que ellas habían sido objeto de una descalificación sistemática por parte de los medios hegemónicos. Y es así que a inicios del nuevo milenio, particularmente en Suramérica, se produce un giro en el mapa político que se presen-

ta marcado por compromisos para profundizar la democracia, cuando no para avanzar hacia democracias participativas.

En este nuevo contexto “renace” la demanda por la democratización de la comunicación, que hasta hace no mucho por razones de “política correcta” (cuando menos para mantener la ilusión de algún momento ser considerado en un espacio mediático) incluso sectores progresistas la habían puesto de lado. Cabe recordar que en los '80, cuando se procesaban los retornos constitucionales en una buena parte de países de la región, la proclama: “sin democratización de la comunicación, no hay democracia” hacía parte de las plataformas reivindicativas, siendo que las corporaciones mediáticas se afianzaron con el favor y amparo de las dictaduras.

Vale precisar que en un primer momento varios gobiernos de esta corriente de cambio prácticamente dejan fuera de agenda este tema, debido a que con un sentido “pragmático” se inclinan por buscar “entendimientos” con los pesos pesados del poder mediático hegemónico. Pero como los cambios exigen afectar intereses que tocan a los poderes fácticos, estos “entendimientos” se diluyen, al tiempo que se hace evidente que los medios hegemónicos asumen un rol articulador de las fuerzas de oposición, ocupando el espacio resultante del generalizado descalabro de los partidos políticos tradicionales¹.

En las circunstancias particulares de los diversos países, varios gobiernos asumen la necesidad de establecer normativas lega-

1 Es muy ilustrativo el rol que jugaron los grandes medios, particularmente la televisión, en el golpe de Estado contra el presidente Hugo Chávez en Venezuela, el 11 de abril de 2002, por lo que diversos analistas coinciden en señalar que se trató de un “golpe mediático”.

les para democratizar la comunicación en sintonía con planteamientos procesados por una multiplicidad de actores sociales comprometidos con esta causa, uno de cuyos ejes es la demanda por la implementación de mecanismos para la regulación de los medios de comunicación desde un paradigma de derechos humanos, a través de políticas públicas orientadas a fomentar el pluralismo y la diversidad de voces y a garantizar condiciones de igualdad en el acceso al debate público, y por lo mismo, también para revertir las asimetrías existentes. Esto es, la diversidad y el pluralismo considerados como presupuestos básicos del Derecho a la Comunicación.

El Derecho a la Comunicación recoge todos los demás derechos adquiridos en el devenir histórico², a la vez se torna extensivo para responder a los tiempos presentes. Dos son los principales ingredientes que gravitan en esta esfera: uno, el consenso que se ha ido estableciendo en la comunidad de naciones respecto al imperativo de profundizar la democracia con la participación ciudadana en la toma de decisiones, cuestión que remite a la necesidad de potenciar la diversidad y pluralismo en el mundo mediático; y, dos, el vertiginoso desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación, bajo la matriz de la convergencia digital, que entre otras cosas establece condiciones operativas de interactividad.

2 Inicialmente se registra el reconocimiento de derechos a los propietarios de los medios de difusión, luego a quienes trabajan bajo relaciones de dependencia en ellos, y, finalmente, a todas las personas, que la Declaración Universal de Derechos Humanos, en su Artículo 19, lo consigna como el derecho a la información y a la libertad de expresión y opinión.

Medidas democratizadoras

El primer país en tomar cartas en el asunto es Venezuela, donde tras el fallido golpe de Estado contra el presidente Hugo Chávez (abril de 2002) se da paso al tratamiento de la “Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión” (conocida como ley Resorte), que es sancionada en diciembre de 2005, y a políticas para fomentar medios públicos y comunitarios. En la Asamblea Nacional se encuentra el anteproyecto de Ley de Medios Comunitarios y Alternativos (ver pag. 297), aprobado en primera discusión en noviembre 2012, que fue presentado con el respaldo de más de 26 mil firmas bajo la figura *Pueblo Legislador*, que permite a la ciudadanía proponer proyectos jurídicos.

En donde sí se ha establecido una reglamentación del “Servicio de Radiodifusión Comunitaria” (ver pag. 285) es en Uruguay, con la sanción de la Ley 18232 en diciembre de 2007, que establece para las emisoras comunitarias al menos un tercio de las frecuencias disponibles en todas las bandas de radio y televisión, analógicas o digitales. También se han sancionado varios decretos ejecutivos en esta materia, como el expedido el 31 de diciembre de 2012 que dispone: “El total de abonados de las empresas de televisión para abonados autorizadas para operar en todo el territorio nacional no podrá superar el 25% del total de hogares en todo el país...”. Y se prevé que el gobierno del presidente José Mujica ponga a consideración del Parlamento el proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que es resultado de un proceso implementado con el mecanismo de los Comités Técnicos Consultivos conformados con representantes de organizaciones sociales y del empresariado.

En Ecuador, la nueva Constitución aprobada el 28 de septiembre de 2008 contempla el reconocimiento de la comunicación

como un derecho humano fundamental. Los Derechos de la Comunicación e Información consagrados establecen un marco inédito para avanzar hacia una profunda democratización del sector. Pero la Ley de Comunicación encargada de desarrollar lo estipulado en la Carta Magna, calificada por los grandes medios empresariales como “ley mordaza” antes de que se inicie su redacción y objeto una campaña millonaria antes nunca vista, se encuentra trabada en la Asamblea Nacional.

La nueva Constitución boliviana reconoce igualmente a la comunicación como un derecho humano. En materia legislativa, el 8 de agosto de 2011 se promulga la “Ley general de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación”, Nro 164 (ver pag. 269), que, entre otras disposiciones, establece la distribución del espectro radioeléctrico en los siguientes términos: “1. Estado, hasta el treinta y tres por ciento. 2. Comercial, hasta el treinta y tres por ciento. 3. Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento. 4. Pueblos indígenas originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas hasta el diecisiete por ciento”.

Tras un amplio debate a nivel nacional que repercutió en una amplia movilización social, el 10 de octubre de 2009 el Senado argentino aprueba la “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual”, que divide el espectro radioeléctrico en tres tercios: comercial, estatal y organismos sin fines de lucro. Debido a que uno de los componentes de la Ley apunta a la desmonopolización del sector, el poderoso grupo Clarín, secundado por otros conglomerados, no solo que desata una campaña demoleadora sino que de manera sistemática recurre a medidas cautelares para no acatar la norma.

En Brasil también se encuentra en disputa la democratización de la comunicación. Tras varios meses de debates animados por diversos sectores de la sociedad, del 14 al 17 de diciembre de 2009, en Brasilia, tiene lugar la Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom) que concluye con la aprobación de 665 propuestas. Aunque la propia realización de la Confecom es considerada como una victoria de los sectores sociales, por el carácter pedagógico de la fase preparatoria, sus directrices se han diluido paulatinamente bajo el gobierno de la presidenta Dilma Rousseff, ante la presión de los grandes medios para que ellas mueran en el papel. En este contexto destaca la campaña “Para expresar la libertad – Una nueva ley para un nuevo tiempo” impulsada por el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC) a fin de sostener la movilización y presión social.

Ejes comunes

Tanto en estos países como en otros que están inmersos en procesos afines, el punto común denominador es la premisa de que lo que está en juego es el sentido mismo de la democracia: una de carácter formal, limitada a votaciones de tiempo en tiempo, donde los actores ya no son los ciudadanos sino los consumidores; y la otra que reivindica una ciudadanía participativa y proactiva para tener voz y voto en las decisiones que vertebran su destino.

Es así que en la agenda en disputa los ejes comunes tienen que ver con la necesidad de contar con políticas públicas de comunicación orientadas a fomentar los espacios de debate y encuentro a todo nivel, estimular las iniciativas sociales e indi-

viduales, catalizar propuestas y consensos, delegar decisiones y fijar normativas regulatorias, entre otros.

En este sentido también se contempla la confrontación a la concentración mediática y la lógica que privilegia los intereses de los grandes grupos económicos, para dar paso a una reestructuración que ponga término a los monopolios y oligopolios. Concomitantemente, se establece el rescate del carácter público de la comunicación social y por lo mismo la centralidad de la sociedad en este plano: un giro copernicano ya que únicamente se venía contemplando a dos actores: Estado y empresarios³. Esto es, garantizar la participación activa, crítica y organizada de la sociedad en todos los procesos comunicativos. Y como ejes vertebradores, la defensa irrestricta de la libertad de expresión y del derecho a recibir información verificada y plural; derecho a la rectificación; etc.

En esta perspectiva de cambios, uno de los puntos críticos tiene que ver con el reparto del espectro radioeléctrico –un bien público inalienable, imprescriptible, inembargable y limitado– que pertenece a la humanidad pero que es administrado por los estados. En esta materia, se viene imponiendo el criterio de los tres tercios: sector empresarial, público (estatal) y comunitario. Cuestión que cobra particular importancia ante la próxima entrada del sistema de frecuencias digitales.

Otro tema se refiere al ordenamiento institucional y la consiguiente definición y demarcación del órgano u órganos rectores que habrán de ocuparse de las regulaciones y controles. A

3 Este cambio de paradigma, sin embargo, poco o nada se ha traducido en políticas públicas. Lo que ha primado es la confrontación de los gobiernos con los empresarios mediáticos.

propósito, la figura esgrimida es la de un Consejo Nacional o Social de Comunicación, aunque no necesariamente hay concordancia respecto a su composición, rol y espacio de autonomía.

También hay una serie de demandas que, con variantes, resultan comunes a los diversos países, tales como: la producción y distribución local y regional; la sustentabilidad de los medios públicos y comunitarios; la precisión del carácter y composición de los medios públicos; las derivaciones prácticas del control y participación social; acceso a la información de las entidades públicas (transparencia), insinuándose que lo mismo debería aplicarse hacia todos los sectores; acceso universal a las tecnologías de Información y Comunicación (TICs); regulaciones en materia de promoción y publicidad, entre otros puntos.

Pero más allá de las demandas específicas importa considerar que también se está proponiendo un nuevo enfoque que ya no solo considera fundamental establecer normativas respecto a las obligaciones del Estado para *Garantizar y Respetar* el conjunto de derechos sancionados legalmente, sino también sus obligaciones de *Proteger y de Cumplir* para la realización plena de los Derechos de la Comunicación.

Contraofensiva mediática

Ante este nuevo escenario, muy a su pesar los medios hegemónicos se ven constreñidos a abrir espacios para que se pueda hablar sobre un tema vedado: la responsabilidad social de los medios de comunicación. Aunque en lugar de propiciar un debate amplio y diverso optan por atrincherarse en la propaganda y responder con multimillonarias campañas publici-

tarias, por cierto muy interrelacionadas, no sólo por tener una matriz común, sino por la sincronización de movimientos y soportes: institutos de investigación, centros de observación y entidades afines, y obviamente el gremio de las corporaciones mediáticas, la SIP (Sociedad Interamericana de Prensa).

Para sostener tales campañas, ese mismo poder mediático se autoproclama paladín de la libertad de expresión, de modo tal que se convierte en un atentado a dicha libertad toda iniciativa que pretenda abrir nuevos parámetros para que en ella se contemple también la libertad de expresión de la ciudadanía toda. Vale decir, que ésta sea una prerrogativa de todos y todas y no solo de quienes tienen medios de comunicación.

Bajo la premisa de que en materia de comunicación la mejor ley es la que no existe, los medios hegemónicos sostienen que la autorregulación es el mecanismo idóneo para preservar la libertad de expresión y que el verdadero control está en manos del lector, del oyente, del televidente, quienes en cualquier momento pueden decidir no seguir con tal o cual medio o programa. Es decir, todo se resuelve en el mercado. Sin embargo, ni la comunicación ni la información se las puede considerar como meras mercancías pues son bienes esenciales y relevantes para el convivir de una sociedad democrática. Y precisamente por eso merecen protección del ordenamiento jurídico.

Cuando los teóricos del liberalismo clásico establecen las ideas del “cuarto poder” lo hacen con el presupuesto de que la libre expresión de opinión a través de los órganos de prensa independiente constituye el principal medio para garantizar la expresión de la diversidad de puntos de vista, la formación de una opinión pública lúcida y la vigilancia de los abusos del poder estatal. Pero hoy los abusos también provienen del

poder mediático altamente concentrado. Por eso, como anota Thompson⁴: “El enfoque del *laissez-faire* para la actividad económica no es necesariamente la mejor garantía de la libertad de expresión, desde el momento que un mercado desregulado puede abrir un camino que efectivamente reduce la diversidad y limita la capacidad de la mayoría de individuos para poder hacer escuchar sus puntos de vista”.

Vale tener presente que a diferencia de Europa y Norteamérica, donde los medios de difusión masiva se desarrollan codo a codo con la industrialización, en Latinoamérica son implantados desde esos países del Norte –respondiendo más bien a las condiciones de su integración al capitalismo internacional–, circunscritos a los grupos de poder. Y esa característica se expresa en el sistema mediático predominante: grandes grupos familiares que concentran y monopolizan el sector (con mínimas variaciones en los diferentes países), orgánicamente articulados al conjunto de poderes fácticos, imbuidos de un alto criterio patrimonialista (que reduce el interés público a los suyos particulares; tan es así que los concesionarios de frecuencias radioeléctricas tienden a considerarlas como suyas a perpetuidad) y con una lógica que establece una interdependencia de los medios de comunicación con el libre mercado como pilares de la democracia, por señalar algunos rasgos.

Como anota al respecto Frank La Rue⁵, Relator Especial para la Libertad de Expresión de Naciones Unidas, la libertad de

4 Thompson, John (1999) **The Media and Modernity**, Cambridge (UK), Polito Press (traducción libre O.L.).

5 Entrevista concedida a Leandro Fortes, de Carta Capital, “Entrevista Frank La Rue: Um direito universal”, 15/12/2012 , http://www.fndc.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=858887 (traducción libre O.L.)

expresión “es un derecho universal, un derecho de todos, y no solo de las grandes corporaciones de los media... Es un derecho de la sociedad a estar bien informada, es una cuestión de justicia y ciudadanía vinculada directamente al principio de diversidad de los medios. Por eso, el monopolio de comunicación está contra, justamente, la libertad de expresión y el ejercicio pleno de la ciudadanía”. Y más adelante precisa: “En América Latina hay un fenómeno histórico común porque toda la estructura de comunicación social fue pensada solamente desde la óptica comercial. Y la comunicación es mucho más que eso, es un servicio público. No hay problema en que también sea un negocio, nadie está contra eso, pero debe prevalecer el espíritu de servicio a la colectividad, hecho con calidad e independencia, de forma honesta y objetiva. Eso solo puede funcionar fuera de la estructura de monopolio, dentro del principio de la diversidad y del pluralismo de los medios”.

De modo que lo que tenemos es un poder mediático cada vez más concentrado, que conjuga tanto el ser parte de los grandes negocios como el hecho de ser un factor preponderante para la disputa de ideas. Y por otro lado, una lucha histórica por la ampliación de derechos o cuando menos para que se hagan realidad los ya consagrados. Vale decir, se trata de una disputa entre el poder mediático que habla de libertad de expresión, aunque en realidad reducida a la libertad de prensa (que consagra derechos a los empresarios); y actores sociales con un sentido englobante y amplio que reivindican el Derecho a la Comunicación.

En el fondo, esta es una expresión de la disputa central de los proyectos de cambio que sin desconocer los derechos individuales abogan por los derechos ciudadanos, colectivos.

Articulando fuerzas

En América Latina se registra un fenómeno muy particular: la configuración de un espectro de medios de comunicación alternativa y popular, que germina en los '70 y que contra viento y marea resiste a las dictaduras y leyes que las criminalizan, para acompañar las dinámicas organizativas de los diversos sectores sociales en las luchas por sus reivindicaciones específicas y las relacionadas a la defensa y ampliación de la democracia. Y en este caminar también se van procesando tanto planteamientos que toman cuerpo en torno a la demanda por la democratización de la comunicación, con expresiones diversas en los diferentes países; como también confluencias específicas (en una realidad marcada por la dispersión) para intercambiar experiencias, coordinar acciones y propuestas. De modo que son interacciones que permiten no solo la configuración de plataformas mínimas –por tanto, en cierta medida, la elaboración de relatos alternativos–, sino también la articulación de fuerzas dispuestas a gravitar en las definiciones políticas relativas a este campo.

En la lucha por los derechos humanos hay una constante: las conquistas se consagran en las instancias y marcos internacionales, no necesariamente por las normas que establecen sino por la legitimidad que dan a tal o cual causa. En este sentido, las cumbres mundiales promovidas por Naciones Unidas, de cuya utilidad hay una duda generalizada, han cumplido un rol cuando menos catalizador de sinergias.

En efecto, cuando se realiza el *I Encuentro Latinoamericano de Medios de Comunicación Alternativa y Popular* (Quito, 19-23 abril 1993), además de los acuerdos internos de coor-

dinación, se formula a la Conferencia Mundial de Derechos Humanos (Viena, junio 1993) la primera propuesta para que se afirme y fortalezca el Derecho a la Comunicación. Con ocasión del proceso consultivo “Viena+5”, que coincide con el 50 aniversario de la Declaración Universal de Derechos Humanos, en septiembre 1998 se realiza en El Salvador el *Foro Internacional: Comunicación y Ciudadanía*, que tiene la particularidad de propiciar una confluencia entre el mundo de la comunicación y los movimientos sociales en torno a la democratización de la comunicación, donde se reafirma la demanda por el Derecho a la Comunicación que es trasladada al organismo mundial, junto con el pedido para que convoque a una Conferencia Mundial de la Comunicación, con amplia participación de la sociedad civil.

Este pedido coadyuva para que la ONU –que había decidido suspender la organización de cumbres mundiales– convoque a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), en cuya fase preparatoria surge la *Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información*⁶ (CRIS, por su sigla en inglés), cuyo lanzamiento se da en el marco del Foro Social Mundial 2002, que contribuye a tener una resonancia inusitada tanto en la diseminación de las ideas fuerza como en la proyección de convergencias con diversos sectores sociales; pero también a consolidar una masa crítica de acumulados y convergencias o cuando menos conexiones en curso desde años atrás.

Es así que, junto a los medios de comunicación popular, alter-

6 Esta campaña logra cumplir un papel destacado en la CMSI al promover un enfoque de derechos como alternativa a la visión tecnologista que primaba en la convocatoria de ésta.

nativa, comunitaria, etc., en esta lucha por la democratización se encuentran redes de intercambio pro software libre; activistas en medios digitales, colectivos a favor del acceso universal y apropiación de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs); organismos de monitoreo y/o presión frente a contenidos sexistas, racistas, excluyentes, etc. canalizados por los medios; programas de educación crítica de los medios (media literacy); asociaciones de usuarios para intervenir en la programación de los media; redes ciudadanas y de intercambio informativo articuladas en Internet; investigadores críticos; asociaciones de periodistas independientes; colectivos de mujeres con perspectiva de género en la comunicación; movimientos culturales; redes de educación popular; observatorios en pro de la libertad de información; asociaciones anti-monopolios; colectivos en defensa de los medios públicos; entre otros muchos más. Y de manera creciente, organizaciones sociales de diverso signo.

En este proceso que paulatinamente lleva a incorporar la causa de la democratización de la comunicación en las agendas de los diversos sectores sociales y ciudadanos inciden también las dinámicas de confluencia que éstos propician para encarar el proyecto neoliberal que se presentaba como “única salida”. La necesidad de pensar y proponer alternativas justamente es lo que da paso a que confluyan entidades y movimientos sociales en el Foro Social Mundial bajo la consigna “Otro mundo es posible”, el cual desde un primer momento contribuye, entre otros aspectos, a visibilizar y enlazar diversas causas sociales. Un compartir de reflexiones y experiencias, pero también propuestas de acciones. En este marco, los planteamientos por la democratización de la comunicación obtienen una importante resonancia.

Al iniciar el presente siglo, el continente es escenario de las luchas de resistencia al proyecto estratégico estadounidense de crear el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), teniendo como principal referente a la Campaña Continental contra el ALCA⁷ que logra congregar a movimientos sociales, culturales, políticos y otros estamentos, cuyo accionar fue gravitante para el descarrilamiento de ese proyecto y para rescatar la perspectiva de la integración regional. Se trata de una campaña que, obviamente, se apoya en lo comunicativo, aunque básicamente sustentada en una lógica militante que conjuga movilización y reflexión, con un sentido descentralizado; pero que a la vez incorpora la causa de la democratización de la comunicación en los debates y la formulación de propuestas alternativas, con la particularidad que entra en juego la capilaridad social que tienen los movimientos en la reconstrucción de sentidos.

Desde los movimientos sociales

Para los sectores populares, los procesos de organización, participación y movilización han constituido históricamente la piedra angular para liberar su capacidad de expresión, rescatar su derecho a la palabra, sustentados en una interacción colectiva orientada a analizar y comprender la realidad para establecer identidades y sentidos comunes respecto a su accionar social transformador. De ahí que sus definiciones en materia de comunicación por lo general se han enmarcado en parámetros relativos a tales procesos.

7 Esta campaña se nutre del acumulado de los procesos de recomposición organizativa de las fuerzas sociales que se desataron con la Campaña Continental 500 Años de Resistencia Indígena, Negra y Popular (1989-1992).

Ante los cambios que se registran en el mundo contemporáneo, particularmente en lo que tiene que ver con la necesidad de articular lo local con lo global y el creciente peso de factores de la comunicación en todos los órdenes de la vida, que no es ajeno al impacto de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) y cuya cara más visible y bondadosa es Internet, en las organizaciones sociales paulatinamente se registra un replanteamiento en este tema.

Si bien, por lo general, en las organizaciones sociales continúa prevaleciendo una orientación instrumental de la comunicación, circunscrita a la utilización del medio, del instrumento, no es menos cierto que al interior de ellas ya se habla de la formulación de políticas y estrategias de comunicación, de afinar y potenciar el discurso propio, del impulso a la capacidad de respuesta con el fortalecimiento de medios propios con más calidad y contemporaneidad, de la “apropiación” de Internet⁸, del impulso de procesos de formación tanto para dirigencias como para los/as operadores, de la articulación de un nuevo tejido comunicacional antihegemónico, de la disputa de amplias audiencias, de la producción colaborativa de calidad, etc.

Es más, en el marco de estos replanteamientos igualmente

8 Con Internet es la primera vez que las clases subalternas pueden acceder a una tecnología de punta en el plano de comunicación. Al decir de Noam Chomsky, en declaraciones al periódico mexicano La Jornada (19/09/04): “*el uso de Internet, además de facilitar y agilizar la comunicación dentro de los movimientos sociales y entre ellos, se presta para restar el control de los medios establecidos. Esos son dos de los nuevos factores más importantes que han surgido en los últimos 20 años*”. Una iniciativa pionera en este plano es la **Minga Informativa de Movimientos Sociales** (<http://www.movimientos.org>) en la cual confluye una decena de coordinaciones y redes sociales del continente en la perspectiva de construir “*una agenda social en comunicación*”.

está presente el criterio de que no basta ser beneficiarios de tal o cual política, sino partícipes en las orientaciones e implementación de éstas, lo cual plantea la necesidad de articular propuestas y desarrollar las capacidades de respuesta de manera colectiva, pues aisladamente ningún conglomerado está en condiciones de enfrentar por sí solo el gran desafío que se presenta en este momento histórico. Por lo mismo se está incorporando también una mirada hacia la integración de los pueblos en la región.

Y también hay susurros respecto a recuperar el sentido mismo de comunicación en tanto proceso social dialógico y participativo. Esto es, superar el predominante paradigma de la información (circunscrito a potenciar y multiplicar flujos desde el emisor al receptor), para rescatar el de la comunicación⁹, que en ciernes es lo que históricamente han propiciado las expresiones de la comunicación alternativa y popular. Es más, señalando la conexión con ámbitos como la educación y la cultura, en tanto supone diálogo y construcción de sentidos comunes.

Vale precisar que si bien los medios hegemónicos no han lo-

9 De hecho, hoy por hoy, se trata de un desafío universal, como anota Dominique Wolton al señalar que: "La revolución del siglo XXI no es la de la información, sino de la comunicación. No la del mensaje, sino de la relación. No de la distribución de información mediante técnicas sofisticadas, sino de las condiciones de aceptación, o rechazo, por parte de millones de receptores, todos diferentes y rara vez en sintonía con los emisores. Los receptores, destinatarios de la información, complican la comunicación. La información tropieza sobre la cara del otro. Se soñaba con la aldea global, pero se redescubre la Torre de Babel". cf. **Informer n'est pas communiquer**, CNRS Éditions, París, 2009. El autor es Director del Instituto de las Ciencias de la Comunicación del Centro Nacional de la Investigación Científica (CNRS, por sus siglas en francés) de Francia. (traducción libre de O.L.)

grado impedir que se ponga en cuestionamiento sus prerrogativas corporativas, eso no implica que hayan perdido el poder que han acumulado históricamente¹⁰. Sobre todo en el plano simbólico, pues vivimos un mundo mediático que se mueve bajo sus códigos, núcleo central de lo que se entiende por sentidos. Por lo que una perspectiva de cambios precisa asumir que la cuestión es de enfoques, no de herramientas.

10 De hecho, los medios no han perdido capacidad de gravitar incluso en el seno de gobiernos con los que las relaciones se mantienen tensas.

Pueblos indígenas:

Comunicación, cultura y derechos

Para los pueblos indígenas, la comunicación –desde sus formas tradicionales– es un elemento central de su quehacer. Particular énfasis dan a la oralidad y lo visual (y por extensión a la radio y video), que son elementos centrales de sus culturas.

No obstante, ahora se ven ante la necesidad de abordar fenómenos actuales, como presencia mediática, nuevas tecnologías o derechos de la comunicación, en respuesta a las exigencias de los nuevos tiempos. Así es que, dada la importancia que asignan a la expresión y afirmación cultural, hoy constituyen uno de los sectores sociales que más relevancia da a reivindicar y practicar sus propias formas y derechos de comunicación, crear medios y desarrollar sus propias políticas.

Sus reflexiones y acciones en este ámbito abarcan desde las expresiones y modalidades tradicionales, hasta la apropiación de tecnologías digitales y nuevas capacidades, pasando por la

crítica al racismo mediático y a la discriminación de la que son objeto por parte de la gran prensa; como también propuestas de políticas públicas para fomentar la interculturalidad, la comunicación indígena y el rescate de sus idiomas.

La Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas -CAOI- encara la problemática en estos términos:

La CAOI entiende la comunicación como un derecho de los pueblos indígenas y como una herramienta estratégica de incidencia política. Asimismo, es una herramienta fundamental para fortalecer los procesos organizativos y la articulación tanto de sus propias organizaciones integrantes como con el conjunto de los movimientos indígenas y los movimientos sociales a nivel regional, continental y global.

Para la CAOI, la primera reivindicación es la concepción de la comunicación como un derecho. Esto implica garantizar tanto el acceso a los productos comunicativos como a los recursos para la producción propia de información y contenidos, y su difusión.

Lo anterior se vincula a la necesidad de contar con marcos normativos y políticas públicas que garanticen el ejercicio del derecho a la comunicación. Aquí la interculturalidad desempeña un rol esencial, no solo en el uso de los idiomas originarios sino en la comprensión y respeto de los principios y las prácticas culturales diversas.

La distribución de frecuencias de radio y televisión,

el respeto a la autonomía de las radios comunitarias y la capacitación de los comunicadores y las comunicadoras indígenas en el uso de nuevos medios y nuevas herramientas, también forman parte de estos planteamientos.¹

En cuanto a avances concretos registrados en los últimos años en materia de derechos, legislación y políticas públicas, la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, de 2007, incluye los siguientes derechos:

(Artículo 16) 1. Los pueblos indígenas tienen derecho a establecer sus propios medios de información en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación.

2. Los Estados adoptarán medidas eficaces para asegurar que los medios de información públicos reflejen debidamente la diversidad cultural indígena. Los Estados, sin perjuicio de la obligación de asegurar plenamente la libertad de expresión, deberán alentar a los medios de información privados a reflejar debidamente la diversidad cultural indígena.

Más recientemente, se destacan las leyes en Argentina y Bolivia que reconocen la reserva de un porcentaje del espectro radioeléctrico específicamente para los pueblos o comunidades indígenas; además de facilidades y apoyos con recursos para que desarrollen sus propios medios.

En el caso de Argentina, la propuesta indígena que se incorpo-

1 Repuestas escritas de la CAOI a un cuestionario enviado por ALAI.

ró a la ley parte del concepto de comunicación con identidad, que según Mónica Charole, del Instituto del Aborigen Chaqueño, significa “aquella que refleja la cultura indígena, al igual que sus luchas cotidianas, y refleja también lo que es la riqueza cultural que tienen las comunidades indígenas. Es también aquella comunicación que aquel pueblo manifiesta desde su lengua, desde su idioma”.

Año internacional

En los últimos años, los debates en torno a la comunicación indígena van tomando cuerpo también en el plano regional. Así, como resultado de los acuerdos de la IV Cumbre Continental de los Pueblos Indígenas del Abya Yala (Puno, Perú, mayo 2009), en noviembre de 2010 se llega a realizar la I Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala, en el Resguardo Indígena de La María, Piendamó, Cauca, Colombia.

Entre las resoluciones de esta primera Cumbre de Comunicación, se destaca la decisión de declarar el año 2012 como Año Internacional de la Comunicación Indígena. Y si bien se acuerda no esperar que la propuesta se ratifique en las Naciones Unidas, de hecho se logra que el Foro Permanente sobre las Cuestiones Indígenas de este organismo mundial lo incorpore en su agenda. En el marco del año internacional, y en preparación de una II Cumbre Continental de Comunicación Indígena, que tendrá lugar en Oaxaca, México, en octubre de 2013, se plantea programar una serie de actividades nacionales y regionales durante el año, entre las cuales se destacan foros y congresos nacionales. Así, en Colombia, el primer Foro Nacional de Comunicación Indígena tiene lugar en Popayán, en

noviembre de 2012, (ver pag. 79) luego de una fase preparatoria de encuentros en las grandes regiones del país. En México, que ya tiene una trayectoria más larga en la materia, tiene lugar el V Congreso Nacional de Comunicación Indígena, (México, DF, octubre 2012); y en diciembre, se realiza un encuentro a nivel estadual en Oaxaca, estado sede de la próxima Cumbre Continental.

Qué y cómo comunicar

Democratizar los marcos legales y las políticas públicas es una condición para asegurar una mayor igualdad de oportunidades y saldar las deudas históricas de exclusión, invisibilización y silenciamiento. No obstante, desarrollar la comunicación indígena implica mucho más, e incluso si se abren estas nuevas oportunidades –o también a falta de ellas– se hace necesaria una reflexión y conceptualización de qué y cómo comunicar; cómo rescatar la cultura propia; cómo romper con los moldes impuestos por los grandes medios; y también cómo desarrollar una comunicación intercultural que sea un diálogo real con otras culturas, indígenas y no indígenas.

Al respecto, Jorge Ramos de la Organización de Nacionalidades y Pueblos Indígenas en Argentina -ONPIA-, nos cuenta que ya se está dando este debate en el marco de las nuevas oportunidades que ofrece la Ley de Comunicación Audiovisual en su país, y que hay jóvenes en las comunidades que eligen el campo de la comunicación como carrera, para empoderarse en el tema, y en el futuro poder ser creadores de producciones audiovisuales. Para los contenidos, se está trabajando con productoras y universidades: “allí estamos aportando como pueblo originario, podemos hacer esta visión, los rostros, los

contenidos, el dialecto... Para nosotros es muy difícil, pero estamos incidiendo, desde la perspectiva del mundo indígena, no solo para producciones indígenas sino para la producción en general. Se está creando una cultura de participación en el país; y participando nos hemos ganado el respeto”, señala.

Al mismo tiempo, muchas organizaciones reconocen que subsisten importantes vacíos y dificultades para asumir la comunicación en su agenda. La CAOI constata que: “un obstáculo que estamos en proceso de superar es que las dirigencias de organizaciones de base deben asumir la comunicación como un derecho, una herramienta estratégica de incidencia política y una herramienta de fortalecimiento y articulación, más allá de ser un simple mecanismo de difusión”. Y a eso se suma la carencia de recursos específicos para la comunicación.²

En un sentido similar, Juvenal Arrieta, del pueblo embera y actual secretario general de la Organización Nacional Indígena de Colombia -ONIC-, recalca en entrevista con ALAI que, en la sociedad indígena, sobre todo la latinoamericana, el tema de las comunicaciones en la agenda política es un tema nuevo: “al menos la comunicación entendida como una herramienta o como una estrategia de civilización y de democratización de los procesos sociales y culturales”. Y añade: “el problema es que los indígenas tenemos algo distinto a la sociedad mestiza –o *kaponia* como decimos los emberas– que siempre tratan de conceptualizar las cosas para darles sentido. Y las comunidades, más que los conceptos, hacen. No les preocupa tanto cómo las llaman o cómo definir las, sino qué sentido tienen para sus vidas. Por ejemplo, en el caso de nosotros los emberas, la comunicación tiene escenarios propios, el fogón,

2 Ibid.

los cuentos alrededor del fuego en lengua materna; los ciclos lunares. Entonces ahora, como el movimiento indígena de los tiempos de hoy es un actor político, debe entrar a jugar en el escenario de complejidad, en el que todo se mueve también por conceptos, por nociones, o por imaginarios que los colectivos y las personas le den a lo que está pasando políticamente en el mundo”.

Arrieta explica que esto les hace ver que en los tiempos de hoy, la opinión pública es netamente mediática y entonces que el movimiento indígena contemporáneo también debe tener herramientas mediáticas. Lo que significa combinar la interculturalidad en un doble vía, o sea: “que se siga manteniendo las formas propias de comunicación, pero también se articule a otras formas de comunicación, porque no solo cantamos o charlamos entre nosotros; hoy hay que cantar y charlar para que otros conozcan y entiendan nuestro pensamiento, nuestra cultura, nuestras vidas”.

Y justamente las coyunturas políticas que enfrentan las organizaciones indígenas, que les exigen actuar en la sociedad, les lleva a entender la comunicación más en su dimensión de empoderamiento hacia fuera: cómo hacer una página Web o un comunicado. “Eso ha llevado a que difundamos mucho lo que hacen nuestras organizaciones hacia fuera, pero muy poco se replica hacia las bases. Entonces encontramos siempre un vacío entre la opinión que genera la organización y la dirigencia, y la opinión que se genera en la cotidianidad de las bases” recalca el consejero de la ONIC; “y allí se ubica el dilema de la democratización de la comunicación”.

Las páginas siguientes en esta sección recogen reflexiones, análisis y propuestas que provienen del proceso continental de la comunicación indígena, así como de los procesos nacionales en México y Colombia.

Sally Burch / ALAI

Política de comunicación indígena, características y compromisos

Franco Gabriel Hernández

Un acercamiento conceptual a la comunicación indígena

La comunicación indígena puede verse desde varias perspectivas. Como una estrategia para fortalecer la cultura y la identidad; como un proceso de construcción de la resistencia indígena frente los embates de la globalización; como un espacio de construcción de nuevos escenarios de desarrollo y vida de los pueblos indígenas; como un mecanismo para favorecer la interculturalidad; como un poder, y como el ejercicio de un derecho público. Ninguna de estas perspectivas debe ser evitada por el ejercicio de las demás, sino practicarse desde un enfoque de totalidad, según lo requieran las diversas situaciones que viven los pueblos indígenas y de acuerdo con las realidades

específicas donde la comunicación indígena se hace presente.

Un primer acercamiento a la comunicación indígena es reconocerla como lo estableció el I Congreso Nacional de Comunicación Indígena de México: “los comunicadores indígenas entendemos el proceso de comunicación en su sentido más amplio, con todas las formas posibles, desde las tradicionales de cada uno de nuestros pueblos, así como la prensa, la radio, la televisión, la Internet, cine y video”. Sin embargo, vale la pena diferenciar las perspectivas porque ayuda a pensar en el contenido de la comunicación indígena, en sus propósitos y compromisos; pero sobre todo, para ir acercándose, según cada mirada, a una construcción conceptual suficientemente válida desde el propósito de dar sentido social, cultural y político a la comunicación indígena.

La comunicación indígena como una estrategia para fortalecer la cultura y la identidad de los pueblos indígenas obliga a tener en cuenta que ésta debe sustentarse en la vida, cosmovisión, identidad, valores, cultura, idiomas originarios y aspiraciones de los pueblos y nacionalidades indígenas. Por lo mismo, es prioritario que los comunicadores indígenas tomen en cuenta el conocimiento de los abuelos, la voz de las autoridades tradicionales, la experiencia y saberes de los portadores de las culturas en sus diferentes manifestaciones; basarse en la investigaciones de los sitios sagrados, de los mitos y leyendas de los pueblos, de la cosmovisión general del pueblo o comunidades del universo en que llega la comunicación, cuidando siempre de valorar constantemente lo que se puede informar, difundir o compartir, porque hay conocimientos que deben guardarse y hay otros que sí se pueden compartir. Esto significa que el comunicador indígena es un sujeto comprometido con su pueblo,

con su cultura y con todo lo que representa la identidad de los miembros de su pueblo.

La comunicación indígena como un proceso de construcción de la resistencia indígena frente los embates de la globalización se articula con el compromiso ya señalado en el párrafo anterior, pero además, tiene que dar señales a la gente de cómo resistir las tentaciones de la globalización en la alimentación, en los cultivos, en el uso de recursos tecnológicos, uso de abonos y herbicidas y todo cuanto envenena la tierra. Asimismo, tiene la responsabilidad de ser medio de articulación de las luchas de los pueblos por su autonomía, por su territorio, por la defensa de los recursos naturales y por un aprovechamiento adecuado de los mismos; debe asumir la tarea de difundir proyectos ecológicos y de productividad que mantengan la vida y cuiden el ambiente; en fin, en este contexto el comunicador indígena no sólo debe ser miembro y hablante de la lengua indígena sino un estudioso de todos estos temas, a fin de no convertirse en un nuevo colonizador, sino en un sujeto que a través de la comunicación indígena liberadora contribuya a mejorar las condiciones de vida y a cuidar que no se deteriore la calidad de vida de los pueblos indígenas.

La comunicación como construcción de nuevos escenarios de desarrollo y vida de los pueblos indígenas es una tarea que debe hacer de la comunicación un espacio de intercambio, de enriquecimiento y de búsqueda de experiencias de desarrollo de otros pueblos indígenas en el mundo; experiencias de pueblos que a través de la cultura propia han logrado construir proyectos civilizatorios alternos al modelo capitalista que predomina en el mundo o de los modelos socialistas que aún se mantienen como experiencias de desarrollo en algunos pue-

blos. La idea no es copiar a nadie sus modelos sino mirar la capacidad y las experiencias de otros para nutrir las propias realidades culturales existentes en nuestros pueblos y recuperar prácticas que se han ido olvidando o que se han mantenido en una vida marginal como el tequio, la guetza, la ayuda mutua y un sinnúmero de formas sociales y económicas colectivas, englobadas en la idea de comunalidad que ha distinguido a nuestros pueblos y les han permitido resistir a los embates del capitalismo depredador. Existen nuevas experiencias de explotación sustentable de los bosques y los recursos del agua que deben ser compartidas para servir como impulso a nuevas experiencias de desarrollo alternativo y los medios de comunicación indígena pueden prestar este servicio a los pueblos indígenas.

Como un mecanismo para favorecer la interculturalidad, la comunicación indígena debe diferenciar sin discriminación al “otro” y presentarlo cual es. Este “otro” pueden ser los otros pueblos indígenas y los pueblos no indígenas, a través de sus culturas y lenguas, así como sus valores y cosmovisiones. Indudablemente que no basta aceptar al otro como diferente, sino aprender a respetar la diversidad, la diferencia y aprender a enriquecerse con las aportaciones de otros pueblos. En este campo la comunicación indígena tiene un enorme potencial y un trabajo estratégico fundamental. Se parte de la idea de que se puede ser hombre del mundo si primero se es hombre de un pueblo, del pueblo propio. El que tiene una identidad fuerte y positiva puede estar en todos los mundos sin dejar de ser él mismo, pero siendo respetuoso de la diversidad en la que convive y se desarrolla como hombre perteneciente a un pueblo propio. Se es universal sin dejar de ser uno mismo.

La comunicación indígena como poder es quizá una de las

perspectivas más delicadas de la comunicación. La primera responsabilidad de la comunicación en este campo es comprometernos a ejercer la comunicación con autonomía, con profundo respeto a nuestro mundo espiritual, en el marco de la pluralidad cultural y lingüística de nuestros pueblos y nacionalidades. Esta es una de las tareas que encomendó a la comunicación indígena en la Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala en La María Piendamó, Colombia. La segunda cuestión para ejercer debidamente el poder de la comunicación es que ésta sólo tiene sentido si se da en el marco de nuestra cultura y a través de nuestros idiomas originarios, si la ponemos al servicio de la vida de nuestros pueblos; también para dar a conocer a todos los pueblos indígenas y a todos los pueblos del mundo, las luchas por nuestros territorios, por nuestros derechos, por nuestra dignidad e integridad.

De esta manera, todos los esfuerzos por lograr que la comunicación indígena quede en manos de nuestros pueblos es lo que fundamenta que ésta sea un poder que debemos apropiarnos y ejercer para incidir en la sociedad y en la formulación de políticas públicas que nos garanticen el derecho de acceder a los medios de comunicación y nuevas tecnologías. En este sentido hacemos nuestro el planteamiento de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala para que la comunicación indígena se convierta en un espacio permanente para realizar la minga de pensamientos y acciones sobre la comunicación indígena y el espacio legítimo para:

- “Compartir nuestras experiencias, problemas y aspiraciones en el campo de la comunicación y para la formulación de planes y estrategias al servicio de nuestros pueblos y nacionalidades indígenas”.

- “Construir una plataforma capaz de encaminar y articular nuestros esfuerzos a nivel del continente Abya Yala, para que la comunicación indígena esté siempre al servicio de nuestros Pueblos y de nuestras legítimas aspiraciones. Como primer paso decidimos establecer un enlace continental de comunicación indígena que articule las diferentes redes, procesos y experiencias de los pueblos, organizaciones y comunidades indígenas. Esta plataforma debe servir también para articular esfuerzos con los pueblos afrodescendientes, campesinos, sectores sociales y grupos afines al pensamiento de los pueblos indígenas”.

- “Articular el esfuerzo continental de nuestros pueblos y sus comunicadores indígenas para exigir a los Estados nacionales el respeto al derecho a la comunicación y a la información, realizando las reformas legislativas necesarias para un marco jurídico que fomente los sistemas de comunicación propios y la formación permanente en todos los niveles, de acuerdo a nuestra cosmovisión y cultura”.

- “Avanzar en los procesos de concertación con y en los organismos internacionales para desarrollar normativas que garanticen el pleno ejercicio de la comunicación indígena, teniendo en cuenta la Declaración Universal de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, la Declaración y Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, el Convenio 169 de la OIT y las leyes de países del continente que hayan avanzado sobre la materia”.

Por último, entender la comunicación como el ejercicio de un derecho público es hasta el momento la parte más débil de la comunicación indígena en México por la falta de reglamentación de este derecho. Estamos conscientes que la comunicación indígena es el ejercicio de un derecho establecido como práctica entre los pueblos y comunidades indígenas pero esto no es suficiente. Este derecho debe quedar reconocido en las leyes nacionales, para así tener acceso, de manera legítima a los recursos para su ejercicio y desarrollo. Este es un campo pendiente que no podemos olvidar y es una lucha que jamás debemos abandonar.

Si queremos que la comunicación indígena sirva de puente que nos enlace con la sociedad mayoritaria nacional, lo debemos hacer para que esta sociedad mayoritaria nos ayude y nos apoye en nuestra lucha por el reconocimiento de nuestros derechos a la comunicación y a la información en toda su plenitud. Sin embargo la conciencia de esta necesidad y su trascendencia no existe con la fuerza necesaria en la sociedad mayoritaria. Por eso debemos hacer nuestro trabajo intercultural, a fin de que la sociedad aprenda a conocernos y valorarnos y nosotros los aceptemos en sus valores y limitaciones. La comunicación, a través de la palabra puede ayudarnos al reconocimiento de los otros y reconocerse con otros en lo que consideremos justo y valioso.

El gobierno federal y el Congreso de la Unión están limitados en reformar la ley correspondiente, el primero porque sólo simula un reconocimiento a los pueblos indígenas y está aprisionado por los intereses de los medios de comunicación dominantes en México que han cooptado su libertad de actuar; el segundo, porque sólo juega al acto de legislar y lo que hace

está determinado por los intereses de sus partidos y por los compromisos abiertos u ocultos con los medios hegemónicos en México; los legisladores hasta ahora no han mostrado que tienen responsabilidad con el pueblo en general, menos con los pueblos indígenas que siguen estando para ellos invisibles políticamente.

Dentro de todas estas posibilidades y limitaciones, la comunicación indígena es como las arterias y las venas para el cuerpo, por ella corre la sangre que da vida a nuestros pueblos y comunidades, a través de ella se distribuye y se alimenta el espíritu del pueblo circulando la cultura, la lengua, las luchas por la autonomía y los sueños y proyectos de los pueblos indígenas que salen del silencio de siglos y empiezan a proclamar su propia palabra. Por ello podemos afirmar que la comunicación indígena es una herramienta estratégica, como comunicación es un compartirnos algo mutuamente, esto es debe estar centrada en nosotros mismos para nosotros, con nosotros y el mundo, esto es expresar lo más genuinamente nuestro ser y nuestra esencia; y es indígena porque debe expresar nuestra lucha para dejar de ser dominados, manipulados, discriminados, explotados y hacernos visibles ante la sociedad mayoritaria nacional en un primer momento y ante el mundo como parte de la humanidad.

Sobre los contenidos de la comunicación indígena

Si aceptamos la idea de que la comunicación es un compartirnos algo mutuamente, el contenido de la educación debe empezar por compartir lo que somos y afirmada nuestra identidad buscar en el mundo otras experiencias, valores, conocimientos y tecnologías que nos ayuden a ser, a expresarnos en ámbitos

mayores y a florecer como pueblos con cultura propia, con expectativas propias, con realidades concretas y con sueños del presente y del futuro que nos pertenecen como parte de nuestra historia interrumpida desde la colonización ibérica.

Por esta razón consideremos que el contenido de la comunicación indígena debe sustentarse, como se señala al principio de este documento, en la vida, en la cosmovisión, en los valores, en la cultura, en los idiomas originarios y en las aspiraciones de los pueblos y nacionalidades indígenas, a fin de fortalecer nuestra identidad, clarificar nuestras aspiraciones y difundir nuestras luchas. Debe, además, responder a las necesidades de información que prevalecen en nuestros pueblos; ser diseñados con la participación comunitaria; visibilizar y acompañar el proceso de lucha y resistencia cultural, poniendo especial atención a contenidos para el avance en la construcción de mejores condiciones de vida, o como lo reconoce la Cumbre Continental de Comunicación Abya Yala, en la “construcción de Planes de Vida , del Buen Vivir (Sumak Kawsay y Suma Qamaña), en la construcción de Estados Plurinacionales, en el ejercicio del derecho propio, la autonomía alimentaria, la revitalización de los idiomas originarios y el respeto a la Madre Tierra (Pacha Mama)”.

Seguramente este Congreso puede, con la experiencia de los diversos hermanos, avanzar en la definición más concreta de la comunicación indígena, teniendo presente que la idea que debe orientarnos es, primero fortalecer nuestra propia cultura y de ella nuestra lengua, cosmovisión y formas de vida y convivencia con la madre tierra. Vale la pena señalar la importancia de fortalecer los saberes comunitarios, los conocimientos ancestrales de la vida y de nuestra relación con la naturaleza

y los otros hombres, así como los conocimientos contemporáneos que nos permiten interactuar en este tiempo y mantener el rostro propio. Nada de esto puede comunicarse si no nos apropiamos debidamente de ello a través de la investigación, de estar abiertos y dispuestos a escuchar a nuestros mayores, de respetar las tradiciones y los valores que nos han hecho pueblos diferentes en el mundo. Toca al comunicador indígena utilizar y diseñar los distintos lenguajes, formatos y soportes para esta tarea.

Pero además, la comunicación indígena debe servir como un espacio para ejercitarnos y abrir la discusión permanente para descolonizar los conceptos impuestos y reconstruir los propios, a fin de fortalecer nuestra vinculación con el cosmos, la naturaleza y la vida, como lo estableció la Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala celebrada en el Cauca, Colombia. También desmitificar el desarrollo del mundo occidental, mostrar y explicar sus diversas crisis y errores con respecto a la vida humana y la naturaleza, con el medio ambiente y por los costos de la industrialización. Muchos de nuestros pueblos poseen saberes y formas de vida que debemos revalorar, pero también reflexionar qué de lo que hacemos, pensamos y creemos debe actualizarse de manera apropiada y seleccionada a partir de nuestros saberes ancestrales. No podemos hablar que somos o tenemos la semilla de una civilización emergente como una alternativa cultural, social y política si no la hacemos conscientes en nosotros y si no la mostramos al mundo. Este es un papel que la comunicación no debe obviar.

La comunicación y los medios

Hemos aprendido que podemos manejar cualquier medio. El problema son los fines para los que accedemos a ellos y la aceptación acrítica de sus efectos. Este es un punto pendiente de reflexión.

La Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala y nuestros tres primeros Congresos de Comunicación Indígena nos han dejado claro que tenemos que avanzar en el conocimiento y uso de nuevas tecnologías, que debemos avanzar en la organización de estructuras y redes de colaboración a distintos niveles: comunitario, regional, nacional y continental.

Hay experiencias todavía poco desarrolladas en la televisión y el cine. Pero ya tenemos experiencias valiosas con los videos, con el periodismo digital y la misma radio. Estas experiencias deben ser sistematizadas para enriquecer nuestros acervos y nuestras posibilidades.

No olvidemos nuestros compromisos de que las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) deben estar al servicio de la vida y la cultura de los pueblos originarios y que cada una de nuestras comunidades y pueblos tiene el derecho de definir las formas en que deseen emplearlas.

También existe el planteamiento de dar prioridad al uso del software libre y procurar elaborar los propios, de avanzar en la validación de nuestros propios alfabetos, ideogramas y caracteres, poniéndolos a disposición de nuestros pueblos, así como fomentar las prácticas artísticas como la fotografía, el dibujo, la pintura, la danza y otras expresiones culturales de los pueblos y nacionalidades indígenas.

Bajo este marco de apretadas ideas se puede pensar la construcción de las políticas de comunicación indígena, que deben entenderse como directrices, como principios, como lineamientos para que la comunicación indígena logre ser lo que queremos que sea y sirva para los propósitos que nuestros propios pueblos y nacionalidades decidan.

2012: Año Internacional de la Comunicación Indígena

La I Cumbre continental celebrada en el Territorio de Convivencia, Diálogo y Negociación de la María Piendamó, Colombia, los días 8 al 12 de noviembre de 2010, declaró al 2012 “Año Internacional de la Comunicación Indígena” y demandó a los gobiernos y organismos internacionales que lo asuman e incluyan en sus agendas políticas y presupuestarias.

¿Qué significa esto?

En primer término, reconocer en el marco de las leyes nacionales el derecho de los pueblos indígenas a la comunicación y a la información.

Excepto Bolivia que en su nueva reforma legislativa concedió a los pueblos indígenas de ese país el 14% del espectro radioeléctrico y la ley de medios audiovisuales en Argentina, o los avances en Ecuador, el resto de los países de lo hoy conocido como América, es de una falta de legislación para el reconocimiento de este derecho.

En el caso de México, desde que en el 2007 la Suprema Corte de Justicia declaró inconstitucional la famosa “ley televisa”

que ignoró los derechos de los pueblos indígenas, el Congreso de la Unión no ha sido capaz de legislar nada al respecto.

Cooptados por los intereses dominantes de la televisión y sistema de radios dominantes en el país, el gobierno mexicano y el Congreso de la Unión, no han sido capaces de avanzar en la legislación para contar con una nueva Ley de Radio y de Televisión, así como la nueva Ley de Telecomunicaciones, acorde a un espíritu más incluyente y equitativo en el terreno de la comunicación.

El Congreso Nacional de la Comunicación Indígena de México ha planteado la necesidad de reservar una parte del espectro radioeléctrico para los pueblos indígenas.

Esta solicitud nuevamente fue abordada el 17 de enero de este 2009, por los comunicadores indígenas reunidos en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, en la tercera sesión del Grupo de Trabajo del Programa para el Ejercicio de los Derechos de los Pueblos Indígenas.

Hemos insistido en nuestra preocupación por la negativa del gobierno federal para emitir los permisos que en este campo se le ha solicitado, mismos que se nos ha negado. Recientemente, el 19 de diciembre de 2011, hemos solicitado a Mónica Aspe Bernal, Coordinadora de la Sociedad de la Información y Conocimiento, de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), nuestra participación en la Consulta Pública que esta entidad realiza en torno a la agenda de política pública digital.

No hemos tenido respuesta. No sólo hay un vacío en el campo legislativo sino una tendencia de no querer escuchar a los comunicadores indígenas.

Segundo, necesitamos visibilizar en el contexto de los diferentes países del continente Abya Yala, no solamente la poca atención que se otorga al respeto de los derechos de los pueblos indígenas, derechos fundamentales sobre el territorio, la consulta previa para la explotación de los recursos naturales como el agua, bosques, construcción de presas, otorgamiento de concesiones mineras, etc., y de forma muy específica nuestro derecho a la comunicación y a la información, sino la importancia misma de la comunicación indígena.

Tenemos que reconocer que la educación oficial en México ha fracasado en fortalecer la lengua y cultura de los pueblos indígenas del país. La comunicación indígena a través de las radios indígenas, de los videos, del cine y de otros medios de comunicación puede ayudarnos en este propósito de dar nuevo ímpetu al aprendizaje de las lenguas por la niñez y la juventud.

No podemos olvidar que la UNESCO desde hace 12 años celebra, cada 21 de febrero, el Día Internacional de la Lengua Materna. Este organismo reconoce que la vitalidad de las lenguas depende de todos aquellos que las hablan y se movilizan para protegerlas. Se admite además que de los 6,000 idiomas hablados actualmente en el mundo, la mitad de este número desaparecerá en una década. En México, el Instituto Nacional de Lenguas Indígenas (INALI) ha señalado cuántas lenguas están en riesgo de desaparición. Los medios de comunicación indígena pueden ayudarnos para evitar esta catástrofe cultural.

Los medios indígenas tienen que convertirse en una herramienta para difundir problemas, violación de derechos y atropellos a los pueblos indígenas, pero también para comunicarnos entre pueblos sobre proyectos y programas de vida exitosos,

sustentables, y cuidadores del medio. Necesitamos convertir la comunicación de muerte en comunicación de vida. Este es uno de nuestros retos y a ello dedicaremos nuestros esfuerzos, nuestra creatividad y capacidad como comunicadores indígenas.

Tenemos que avanzar en el fortalecimiento de la comunicación indígena en cada una de las regiones. Estaremos avanzando paso a paso, apoyando, construyendo y fortaleciendo el talento humano, las producciones en sus diferentes géneros. También trataremos de avanzar en la formación de comunicadores indígenas para potenciar nuestras capacidades de trabajo.

Requerimos instalar el tema de la comunicación no sólo en la sociedad mayoritaria nacional, organismos y gobierno de México, también necesitamos instalarlo desde nuestras comunidades y bases de apoyo para proyectarlas internacionalmente.

Franco Gabriel Hernández, Ñuusavi, Presidente de la Agencia Internacional de Prensa India (AIPIN), miembro de la Comisión de Seguimiento del Congreso Nacional de Comunicación Indígena de México y como tal, miembro de la Comisión de Seguimiento de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala.

Bibliografía:

- Declaración del I Congreso Nacional de Comunicación Indígena. México
- Declaración del II Congreso Nacional de Comunicación Indígena. México
- Pronunciamiento Político del III Congreso Nacional de Comunicación Indígena. México
- Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala. Resguardo indígena de La María Piendamó. Territorio de Convivencia, diálogo y negociación, Cauca, Colombia.



La María Piendamó, Cauca, Colombia, noviembre 2010

Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena

(Extractos)

Cobijados en este territorio de convivencia, diálogo y negociación, bajo la guía de los espíritus de la Madre Tierra, Fuego, Agua y Viento, los comunicadores y comunicadoras, provenientes de diferentes pueblos y naciones indígenas del continente Abya Yala, en cumplimiento al Mandato establecido entre nosotros en Puno, Perú, a las orillas del lago sagrado Titicaca, en la IV Cumbre Continental de los Pueblos y Nacionalidades Indígenas, después de enriquecedoras discusiones, análisis y experiencias vertidas durante los días 8 al 12 de noviembre del 2010.

Considerando

Que la comunicación indígena sólo tiene sentido si la practicamos en el marco de nuestra cosmovisión, nuestra lengua y cultura, para dar a conocer a todos los pueblos y naciones del Abya Yala y al mundo, las luchas por nuestros territorios, por nuestros derechos, por nuestra dignidad e integridad y por la vida.

Que la comunicación indígena es un derecho que nos comprometemos a ejercer con autonomía, con profundo respeto a nuestro mundo espiritual, en el marco de la pluralidad cultural y lingüística de nuestros pueblos y nacionalidades.

Que la comunicación es un poder que debemos apropiarnos y ejercer para incidir en la sociedad y en la formulación de polí-

ticas públicas que nos garanticen el derecho de acceder a los medios de comunicación.

Declaramos

Establecer como espacio permanente a la Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala, como una minga del pensamiento y la palabra de la comunicación y como el espacio legítimo para:

Compartir nuestras experiencias, problemas y aspiraciones en el campo de la comunicación y la formulación de estrategias al servicio de nuestros pueblos y naciones indígena en las luchas por el territorio, el pleno reconocimiento y vigencia de nuestros derechos por la vida y la dignidad.

- Construir una plataforma continental capaz de encaminar y articular nuestros esfuerzos, a nivel del continente Abya Yala, para que la comunicación indígena esté siempre al servicio de los Pueblos y Nacionalidades Indígenas y de nuestras legítimas aspiraciones. Como primer paso decidimos establecer un enlace continental de comunicación indígena continental que articule las diferentes redes, procesos y experiencias de los pueblos y naciones indígenas.
- Articular el esfuerzo continental de los comunicadores indígenas para exigir a los Estados nacionales el respeto al derecho a la comunicación y a la información, un marco legal normativo que fomente los sistemas de comunicación propios y la formación permanente en todos los niveles, de acuerdo a nuestra cosmovisión.
- Avanzar en los procesos de concertación con y en los organismos internacionales para desarrollar normativas que garanticen el pleno ejercicio de la comunicación indígena, teniendo en cuenta la Declaración Universal de las Nacio-

Movimientos convergentes en comunicación

nes Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, la Declaración y Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, el Convenio 169 de la OIT y las leyes de países del continente que hayan avanzado sobre la materia.

Exigir a las Organización de las Naciones Unidas y a sus organismos, incluyan en sus agendas de trabajo el derecho a la comunicación e información de los pueblos y naciones indígenas a fin de que se respete y se cumpla la normativa internacional que favorece ese derecho.

Exigimos a los estados nacionales:

- Respeto a los sitios sagrados indígenas de comunicación con la naturaleza, porque existen prácticas de apropiación y profanación por parte de multinacionales y de instituciones y oficinas gubernamentales.
- Respeto a la vida de los comunicadores y comunicadoras indígenas y al ejercicio libre y autónomo de la comunicación indígena.
- Una legislación que garantice que los pueblos y nacionalidades indígenas contemos con un espectro suficiente para cubrir las demandas de comunicación en todos nuestros territorios.
- El acceso de manera libre, legítima y reconocida a recursos presupuestales para el ejercicio de la comunicación indígena y que se eliminen los impuestos a los medios de comunicación indígena sin fines de lucro.
- Frenar la agresión y el desmantelamiento a los medios de comunicación indígenas, porque es hoy una práctica cotidiana que lesiona y limita el ejercicio de la comunicación.

- Crear dentro de sus respectivos ámbitos, una Comisión o Comité de Protección y Prevención de riesgos a comunicadores y comunicadoras indígenas.
- Favorecer la legislación para proteger los derechos de propiedad intelectual y de autoría, en la producción en la comunicación indígena, para que el conocimiento tradicional indígena no se pierda, se conculque o se robe por los que tienen el poder de comprar la información.
- Demandamos a los gobiernos y organismos internacional que se declare y esta Cumbre lo declara, el año 2012, como Año Internacional de la Comunicación Indígena.

Demandamos a los medios de comunicación públicos y privados:

- Respeto a los pueblos y naciones indígenas en su línea editorial y en programación, porque reproducen prácticas discriminatorias a la imagen y a la realidad de los pueblos y naciones indígenas del continente, así como violenta y desvaloriza la identidad de nuestros pueblos.
- Espacios en su programación para difundir valores culturales, lingüísticos, así como realidades socioculturales y políticas de los pueblos y nacionalidades indígenas del continente Abya Yala, para el fomento a la interculturalidad, especialmente a través de contenidos elaborados por los y las comunicadores indígenas.

Esta Cumbre resuelve que esta Declaración será publicada en todas las lenguas indígenas de los pueblos y nacionalidades indígenas del continente del Abya Yala.

Declaración completa:

http://movimientos.org/enlacei/show_text.php3?key=18488



Puno, Perú, 31 de mayo de 2009
IV Cumbre Continental Indígena

Declaración de la Mesa de Comunicación

(Extractos)

Las y los comunicadores de los diversos pueblos y nacionalidades indígenas del Abya Yala, reunidos en Puno, Perú, a las orillas del Lago sagrado Titicaca, nos hemos encontrado para reflexionar sobre el ejercicio que hemos hecho de la comunicación y sobre cómo queremos seguir caminando para acompañar la lucha de nuestros pueblos y comunidades.

Para ello, consideramos:

Que como comunicadores indígenas somos parte del movimiento y lucha de los pueblos y nacionalidades originarias del Abya Yala porque somos parte de ellos.

Que es nuestro propósito caminar de la mano de las acciones y proyectos de nuestros pueblos ya que son el alimento de nuestro trabajo de comunicación.

Que los esfuerzos de comunicación indígena avanzan dispersos y resulta imprescindible reunirnos, conocernos, evaluar lo que hemos hecho y articularnos.

Que como comunicadores estamos buscando unirnos para romper los cercos informativos en todo el continente y enfrentarnos

a la concentración y manipulación de la información por parte de los grandes monopolios de comunicación.

Que nuestra tarea como comunicadores es desafiante. Asumimos nuestro reto: el de visibilizar lo que son nuestros pueblos, su caminar, su lucha y la recuperación de nuestras lenguas.

Que el derecho a la comunicación e información es un derecho colectivo de los pueblos y nacionalidades indígenas expresado en diversos instrumentos internacionales como lo son el Convenio 169 de la OIT, la Declaración Universal de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, la Declaración y Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

Que el acceso a medios masivos y públicos, lo mismo que la adquisición, administración y apropiación de medios indígenas a nivel comunitario, regional, nacional e internacional es un derecho que nos corresponde y, como parte de nuestro ejercicio de autodeterminación colectiva, debemos ejercerlo. Son los pueblos y nacionalidades originarias quienes deben hacer uso de los medios. La información y contenidos deben decidirse desde los pueblos, desde nuestra identidad.

Creemos firmemente que la demanda por radios y televisoras, acceso a nuevas tecnologías, acceso a espacios en medios masivos, a sistemas de telecomunicaciones, no es una demanda exclusiva de las y los comunicadores, sino que debe venir desde los pueblos y nacionalidades.

Por ello pedimos a nuestras comunidades, organizaciones, pueblos y nacionalidades incluyan y hagan parte de sus demandas y pronunciamientos el derecho colectivo a la comunicación e información, a la apropiación, adquisición y administración de medios propios.

Consideramos estratégico que como comunidades, pueblos,

nacionalidades y sus diversas organizaciones se incluya en los planes de acción a corto, mediano y largo plazo el área de la comunicación con todas sus temáticas: radio, televisión, nuevas TICs, conversión digital, prensa escrita, páginas web, telecentros, medios audiovisuales.

A partir de lo anterior, **Resolvemos:**

Realizar el Encuentro Continental de Comunicación Indígena a la cual desde ahora nos auto convocamos para encontrarnos en el Cauca (Colombia), en fechas próximas, y definir con mayor precisión nuestras propuestas y estrategias de articulación internacional. (...)

Desde ahora convocamos para que a esta cumbre de comunicación asistan no sólo comunicadores sino también dirigentes, autoridades tradicionales, representantes de gobiernos originarios, y encargados de comunicación en las organizaciones indígenas, locales, regionales y continentales.

Esta cumbre de comunicación indígena ya está caminando y por ello decidimos, como parte de los esfuerzos que desde ahora se dirigirán hacia su realización, ir avanzando poco a poco en la articulación de nuestros esfuerzos locales y regionales a través de las siguientes acciones:

- a) La realización de intercambios y pasantías entre las diferentes experiencias de comunicación del continente.
- b) La colocación de radios comunitarias en todo el Abya Yala, apoyándonos en la experiencia que ya tenemos desde las radios indígenas existentes.
- c) Llevar, impulsar y fortalecer los proyectos de comunicación comunitaria en las comunidades aisladas.
- d) Buscar alianzas y convenios con universidades para la capacitación.

- e) Hacer campañas de información que trabajen temas importantes para los pueblos de manera simultánea.
- f) Avanzar en la conformación de un noticiero indígena continental que se retransmita en todas las radios.
- g) Ir realizando un diagnóstico continental para ver en qué etapa van nuestros diferentes procesos de comunicación.
- h) Conjuntar esfuerzos para la capacitación técnica y para la formación que debemos tener para saber informar a nuestros pueblos.
- i) Avanzar en la construcción de una Red Continental de Comunicación Indígena que vaya de la mano de nuestras organizaciones y comunidades indígenas, lo mismo que acompañando el proceso continental del movimiento indígena.

(...)

Debemos ver hacia adentro para poder ver hacia afuera. Por ello también llamamos a fortalecer nuestros procesos de comunicación a nivel interno de nuestros pueblos, comunidades y organizaciones a través de la conformación de redes internas de colaboración y la inclusión de la comunicación como parte de los Planes de Acción, Planes de Vida o de lucha de nuestros pueblos, comunidades y organizaciones.

Todo esto proponemos y resolvemos porque vemos que el entorno en el que se ejerce el derecho de la comunicación e información está siendo violentado, ignorado, no reconocido y escasamente reglamentado por los gobiernos y marcos jurídicos nacionales.

Denunciamos que periodistas y medios indígenas están siendo atacados, amenazados, desaparecidos e incluso, asesinados por el trabajo de comunicación que realizan.

Condenamos la represión, amenazas, hostigamiento, desmantelamientos, desaparición forzada, agresiones y violencia institucional presupuestal y orgánica hacia nuestros medios de comunicación y hacia las y los comunicadores indígenas de todo el Abya Yala.

Exigimos un alto a estas agresiones y violencia por parte de gobiernos y grupos paramilitares hacia los medios de comunicación indígena.

Demandamos que se generen las políticas, programas y presupuestos necesarios para que el ejercicio del derecho a la comunicación e información de los pueblos indígenas sea viable. Los gobiernos están obligados a permitir la instalación, apertura, equipamiento y sostenimiento de radios indígenas y medios de comunicación propios de los pueblos indígenas.

Demandamos a las Organización de las Naciones Unidas entre ellos al Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas, el Mecanismo de Expertos Indígenas del Consejo de Derechos Humanos, al Relator Especial para los Pueblos Indígenas, a los relatores de Protección a los Periodistas y del Derecho a la Información, exijan a los Estados garantizar el derecho a la información y comunicación de los pueblos indígenas y la protección a los periodistas.

Exhortamos a estos organismos para que en los informes de verificación de los derechos de los pueblos indígenas se incluya un capítulo específico sobre el respeto al derecho a la comunicación e información.

Asumimos el compromiso de impulsar la Minga Global en Defensa de la Madre Tierra en octubre de 2009 y pedimos incluir en la plataforma de esta minga la exigencia del derecho a la comunicación e información de los pueblos indígenas.

La comunicación es la columna vertebral de la humanidad. Ésta ha sido ejercida desde que nuestros pueblos comenzaron a caminar en la Madre Tierra. Estamos llamados a recuperar la palabra propia, a descolonizarla, a retomar la tarea de caminar la palabra junta, unida en nuestra diversidad y comunicar desde la visión de nuestros pueblos construyendo medios de comunicación que expresen realmente lo que somos.

Declaración completa: http://movimientos.org/enlacei/iv-cumbre-indigena/show_text.php3?key=14476

*Colombia: Política de comunicación
desde los pueblos indígenas*

Tejidos como alternativas prácticas

Vilma Almendra
Manuel Rozental

Colombia vive un momento crítico en su historia. O se realizan transformaciones significativas, ojalá para bien, o nos ahogamos en una sin salida. No se trata solamente de las negociaciones para acabar con una guerra contra los pueblos sino de políticas que finalmente reconozcan la existencia de pueblos excluidos. En este contexto y sobre la base de experiencias concretas, se incluye como prioritario en la agenda, el tema de las políticas diferenciales de comunicación de y desde los pueblos indígenas. Esto sucede porque iniciativas como las del Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN) y muchas otras en el Cauca,

surgidas de procesos ancestrales, han desbordado el territorio y se tejen con pueblos y procesos del país y del continente demostrando en la práctica que la conciencia colectiva caminada en libertad, es el sentido de la comunicación posible y necesaria: caminar la palabra.

Mientras la propaganda transnacional avanza intentando someter ideológicamente el territorio de nuestro imaginario, nosotros y nosotras desde los procesos políticos comunicativos indígenas, tejemos palabra y acción para emanciparnos en la defensa de nuestros territorios y Planes de Vida que son inseparables. Venimos retomando la esencia de la comunicación indígena para la construcción de “tejidos de comunicación” culturalmente diferentes e incompatibles con la concepción y práctica de las agencias de prensa y de los “medios comerciales de comunicación de masas”. Y estamos incidiendo más con nuestras autoridades y estructuras políticas para que la comunicación pase de un ámbito instrumental a un espacio político estructural identitario. Son mayores los desafíos y obstáculos que los caminos abiertos, pero los hechos y la experiencia hablan por sí mismos. Es hora de tejer las políticas a los tejidos de los pueblos.

La mercantilización de la palabra

Los dominantes, los capitalistas, los mercaderes de la palabra abanderan el modelo económico transnacional que vemos reflejado en el *proyecto de muerte* que mata a nuestra Mama Kiwe (Madre Tierra) y a nosotros con ella. Ellos, utilizan la propaganda porque pretenden subordinarnos y hegemonizarnos valiéndose en la actualidad de combinar estrategias que incluyen el terror y la guerra, la legislación del despojo y la

propaganda y el sometimiento ideológico, como instrumentos para despojarnos y explotar los bienes comunes. Así lo hemos denunciado incansablemente:

El **Terror y la Guerra** es otra estrategia de agresión integral (seguramente la fundamental) al servicio de intereses económico-territoriales. Es notable la presencia y accionar constante de grupos armados legales e ilegales con combate, represión, intimidación, reclutamiento forzado, y violación de todos los derechos de los pueblos en los resguardos. Con la **Legislación de despojo (sometimiento económico-institucional)** se implementan mecanismos, megaproyectos y leyes que generan hambre y pobreza, porque obligan a las comunidades a dividirse y a someterse para facilitar la entrada de transnacionales que llegan a explorar y explotar los recursos naturales. Con la **Propaganda y sometimiento ideológico** entretienen, distorsionan la realidad, bloquean la información desde los medios de información, pero también promueven cultos y sectas religiosas desde la educación para favorecer el proyecto económico transnacional. (Tejido de Comunicación ACIN, 2009)

Los mercaderes de la palabra son los señores que se benefician de las guerras; las grandes instituciones que fabrican las leyes desde arriba; las transnacionales que convierten los bienes comunes en mercancías; los estados funcionales al régimen capital; los gobernantes que legislan a favor de la codicia; los medios comerciales de comunicación que ocultán realidades y satanizan las luchas sociales. Tal como describiéramos el modelo económico transnacional, identificado en el *proyecto de*

muerte en nuestro Mandato Indígena y Popular:

(...) trae la guerra, las mentiras de la propaganda con que engaña con habilidad y todo el poder de las leyes y del dinero. Viene por la riqueza de la naturaleza y por el trabajo de la gente para explotarlos y venderlos como mercancía. Los que lo controlan y toman decisiones para servir sus intereses están lejos. Están en las directivas de grandes Corporaciones Transnacionales y en los centros financieros del mundo que se van quedando con todo. No los conocemos, no los vemos, no responden por sus actos y tienen como agentes a los Gobiernos, a los ejércitos, a las empresas e instituciones que actúan a su nombre para servirles. Nos convencen de que todo esto es inevitable¹. (Mandato Indígena y Popular, 2004)

El *proyecto de muerte* sigue transitando bajo la complicidad del gobierno. En especial, su propaganda transnacional sigue llegando a nuestro territorio para desdibujar nuestra colectividad y el amor por nuestra Mama Kiwe (Madre Tierra). No sólo a través de los medios masivos de (des)información, sino también a través de la escuela y muchos otros instrumentos de invasión del territorio de nuestro imaginario individual y colectivo, nos repiten que somos un obstáculo para el llamado desarrollo económico porque nos oponemos a la explotación de nuestro territorio. Nos llaman terroristas porque salimos a las calles a defender nuestra vida y nuestro territorio. Nos tildan de perezosos porque vivimos con la tierra y no de ella. Nos

1 Congreso Indígena y Popular (2004), "Mandato Indígena y popular, El desafío que nos convoca", Asociación de Cabildos Indígena del norte del Cauca-ACIN, Cali Colombia. Ver: <http://www.nasaacin.org/mandato-indigena-y-popular>

señalan de herejes porque no aceptamos a un solo Dios como nuestro creador e insistimos en que somos hijos del agua, de la luna, de las estrellas, del sol. Nos dicen brujos porque nos curamos con nuestras propias plantas y ritualidades. Nos tachan de ignorantes porque decidimos formarnos y educarnos primero desde nuestro territorio y la práctica colectiva. Y nos califican de atrasados porque insistimos en recuperar el sentido de nuestra comunicación ancestral en vez de centrarnos únicamente en el uso de medios tecnológicos. Sumado a esto, las políticas sistemáticas del gobierno nos niegan los recursos económicos, técnicos, jurídicos... a los que tenemos derecho. Nos cobran el espacio electromagnético, nos niegan licencias y entre muchos otros obstáculos que no sólo limitan el trabajo comunicativo, sino que ratifican la mercantilización de la palabra y de nuestra Madre Tierra.

Así ha sido desde cuando llegaron los españoles a nuestros territorios ancestrales, sólo que ahora son las transnacionales las que vienen con armas y estrategias mejoradas para facilitar nuestro sometimiento y dominación. Para los dueños del poder, motivados por la codicia insaciable, nuestro pensamiento y actuar son totalmente salvajes y atrasados. Todo eso nos lo hacen saber recurrentemente y buscan cercenar nuestro territorio del imaginario con la propaganda que difunden en todos los medios masivos para convertirnos en vallas publicitarias, en fieles consumidores y en soldados militantes del llamado desarrollo económico transnacional. Porque para ellos la palabra es lucro, es mercancía, es dominación y por eso tienen que controlarla, cercarla, encarcelarla y manipularla para venderla en favor de su *proyecto de muerte*. En ese contexto y teniendo claro que desde arriba siempre nos han negado nuestra palabra y discriminado nuestro actuar, sabemos que lo que hoy vemos

a través de los medios masivos no es comunicación. Es propaganda para la mercantilización de la palabra.

Las autoridades indígenas y la instrumentalización de la comunicación

“Para nosotros la comunicación ha estado presente en todas las etapas de lucha del movimiento indígena del Cauca. Nuestra resistencia en sí misma ha sido un proceso de deliberación, de reflexión, de discusión, de estrategia, de conciencia y de acción desde nuestro territorio, para la protección de nuestra cultura y de la vida misma. Ha sido una comunicación basada en la tradición oral (saberes, consejos y enseñanzas que se transmiten de los mayores a sus nietos) y de relación con la naturaleza. Esa comunicación se hace de manera colectiva a través de los The Wala, que son los guías espirituales que realizan los rituales y las armonizaciones y, de manera personal, a través de visiones, sonidos y señas corporales, porque cuando el río suena de otra manera, cierta clase de pájaro canta a una hora determinada, un sueño hace una revelación, aparece una pulsación en alguna parte del cuerpo y esas, entre otras cosas del ser nasa, son señas que indican algo. De esta forma, la naturaleza y sus espíritus se comunican. La comunicación se ha ido transformando paulatinamente en cada uno de los momentos de resistencia, de recuperación, de autonomía y de alternativa y, también, en otros eventos importantes, como los congresos y las movilizaciones, donde se han creado diferentes estrategias para comunicarse, encontrarse y para poder resistir. Son esos momentos los que viven en la memoria de los mayores y de los jóvenes y que se les recuerdan a los niños mientras se van educando en la práctica y van haciendo conciencia desde

la familia, la asamblea, las mingas, los congresos y las instituciones educativas²". (Almendra, 2010:55)

Tejido a las anteriores formas propias de comunicar también hemos apropiado y transformado diversos medios de comunicación como radio, internet, impresos y video, que han sido claves para la amplia difusión, discusión y construcción de nuestros Planes de Vida. Pese a todo este camino trazado y a que en nuestras estructuras organizativas existen tejidos, programas y espacios específicos de comunicación, sentimos que en el Cauca que se reconoce por tener una amplia experiencia de lucha y trabajo en comunicación, aún no se le da el espacio político que exige la comunicación indígena para la transformación y la participación colectiva. Por ejemplo, aún la mayoría de nuestras autoridades, dirigentes y representantes indígenas ven a las y a los comunicadores como personal de logística útil para llevar el sonido, para hacer transcripciones, para tomar fotos, para manejar los micrófonos, para recibir y enviar cartas, para obedecer órdenes y para repetir única y exclusivamente y de manera acrítica y obediente lo que ellos dicen. Para muchas y muchos, el comunicador(a) debe limitarse a ser caja de resonancia de la voz oficial. Algunos autoritarios no permiten cuestionar ni criticar y, en consecuencia, exigen que se les haga propaganda aun cuando actúen en contra del proceso y de su comunidad.

Aunque va creciendo la conciencia y la buena voluntad de varias de nuestras autoridades por apoyar los procesos de co-

2 Ver Vilma Almendra, "Encontrar la Palabra Perfecta: experiencia del Tejido de Comunicación del Pueblo Nasa en Colombia", Editorial Pretextos, Universidad Autónoma de Occidente, Cali Colombia. <http://nasaacin.org/inicio-escuela-de-comunicacion/822-encontrar-la-palabra-perfecta>

municación autónomos, falta mucho para que respeten el espacio que la comunicación se merece como proceso político de transformación y estrategia fundamental para la resistencia indígena. Aún hoy diversos pueblos indígenas en Colombia siguen insistiendo con sus autoridades para que al menos en sus congresos anuales les den un espacio propio para pensar y decidir frente a la comunicación, tal como se hace con salud y educación. Nosotras y nosotros, comunicadoras y tejedores, seguimos insistiendo que en nuestras asambleas y juntas directivas no nos dejen de últimos en los informes, porque aunque hemos ganado el espacio de debate y análisis desde la comunicación en nuestros congresos, aún hoy es difícil que nos den un buen lugar en la agenda. Casi siempre en los espacios de decisión de nuestro movimiento, la comunicación, los jóvenes y las mujeres estamos al final de la agenda.

Tejidos de palabra y acción para la defensa de la vida y el territorio

“Respetar, entender y dialogar con nuestra Madre Tierra, es nuestro principio de comunicación”

Tejido de Comunicación ACIN

Pese al contexto de agresión que vivimos todas y todos en nuestro territorio y a las debilidades internas, nuestro proceso de comunicación desde el Cauca, y en especial, desde el norte del Cauca avanza de la mano de las comunidades y de nuestra organización indígena.

En el 2005 propusimos la creación de un Tejido de Comunicación para la Verdad y la Vida con el propósito de caminar de

la mano de nuestras comunidades, de las formas de comunicación ancestrales y de los medios de comunicación propios y apropiados. En ese camino, nuestro mayor objetivo sigue siendo in-formarnos para reflexionar, decidir y actuar, logramos como comunidades conscientes y movilizadas en defensa de la vida y del territorio. Así, desde el Tejido de Comunicación acompañamos la práctica comunicativa propia, y al mismo tiempo, articulamos medios apropiados que nos permitan

... aprender a reconocer al agresor para resistir de manera estratégica y llevar nuestra palabra a donde los medios masivos nos cierran las puertas, identificando nuestra realidad y el tejido de resistencias con otros. Reconocer el modelo de codicia que los despoja en beneficio de unos pocos, toda la agresión y la guerra contra nuestros pueblos con el fin de acumular. Entender el fondo de las cosas para fortalecer la resistencia con una posición y claridad política. Teóricamente de eso se trataba, de encontrar la palabra adecuada, de consolidar una palabra que nos permitiera resistir, desde nuestra manera de ver el mundo. Enfrentar desde esa palabra una agresión. (...) Es decir, hacer una lectura ancestral actualizada, que es lo que está pasando ahora desde el Tejido de Comunicación con el uso de las tecnologías de información y comunicación TIC, las que prácticamente se han constituido desde este proceso en una herramienta de conciencia para la movilización. (Almendra, 2010)

En el fortalecimiento de los tejidos de palabra y acción para la defensa de la vida toda hemos reconceptualizado y reapropiado las TIC para nuestro beneficio, con el acompañamiento de

externos y de la misma comunidad, nombrando en palabras y reflexionando abiertamente sobre lo que hacemos en la práctica para descubrir y construir nuestra realidad, evitando en lo posible escribir teorías desde arriba y afuera para imponerlas a la realidad. Caminando nuestros pensamientos, sentires y devenires para que sigan de la mano con otros. Relatando, nombrando y posicionando nuestras prácticas culturales, la otra mirada que le damos al mundo y nuestras apuestas para alcanzar el sueño a través de nuestros Planes de Vida, que otros hermanos llaman el Buen Vivir, el Sumak Kawsay, el Sumak Kamaña...

Revelando nuestra realidad, aprendiendo de otras experiencias, leyendo nuestro contexto 'glocal' para así fortalecer nuestras luchas, hemos logrado visibilizar, llevar nuestra palabra y sensibilizar en sitios donde nunca antes habíamos podido llegar, difundiendo nuestras marchas, congresos, asambleas, acciones de hecho y las últimas movilizaciones desde el Cauca como el control territorial ejercido por la Guardia Indígena en el cerro sagrado El Berlín, en el resguardo indígena de Toribío. Lugar donde cansados de tanta guerra y muerte, la comunidad decidió sacar a todos los actores armados del territorio y nuestro accionar práctico comunicativo fue noticia mundial (<http://www.youtube.com/watch?v=jtKqty5qf5w>). En estas acciones colectivas, nuestro rol como Tejido de Comunicación ha sido importante, ya que logramos una mayor visibilidad nacional e internacional. De otro lado, intentamos permanecer con la comunidad: siempre tratamos de orientarnos no sólo con las autoridades y los asesores, quiénes aportan extraordinariamente al proceso, sino también con las bases comunitarias.

Simultáneamente, hemos logrado convertirnos en un ámbito para dar la palabra a procesos, luchas y voces de diversos pueblos de Colombia y el mundo, lo que nos ha convertido no en un Tejido del Cauca y de Colombia, sino que, desde allí, asumimos que, en armonía con la Mama Kiwe, “todas las causas son nuestras”, cuando son por la vida y desde los pueblos.

Tratamos de aplicar las lecciones aprendidas. Por eso visitamos con mayor frecuencia a las comunidades escuchándonos y compartiendo las problemáticas; fortalecemos la toma de decisiones generando otros espacios de análisis que le permitan a la comunidad tener bases mínimas para aprobar o desaprobado propuestas; promovemos ámbitos de debate dentro y fuera de la comunidad abordando asuntos críticos que nos afectan. Intercambiamos experiencias con comunidades campesinas, negras y urbanas del Abya Yala y actuamos desde comunicación con encuentros musicales, murales, caminatas, mingas de pensamiento, entre otras actividades e iniciativas, como con videoforos, debates y demás a través de algunos medios. En la actualidad no sólo hacemos oficios logísticos que son necesarios, sino que acompañamos a nuestro pueblo para que defina su palabra a caminar, la apropie y la defienda.

Así lo hicimos durante la Minga de Resistencia Social y Comunitaria en el 2008: Antes de la Minga casi llegamos a cada resguardo y a cada vereda para escucharnos alrededor de los asuntos críticos que nos estaban afectando y así recogimos la palabra necesaria para caminar; durante la Minga acompañamos día y noche toda la movilización haciendo las respectivas denuncias, pero también visibilizando la palabra de la gente; Después de la Minga tratamos de seguir defendiendo las pro-

puestas de la gente, la agenda de 5 puntos³ frente al modelo del “Libre Comercio” y por una agenda de los pueblos, a través de espacios de debate y de reflexión con otros movimientos sociales y populares del continente.

El desafío de la comunicación como espacio político estructural

*“La palabra sin acción es vacía
La acción sin palabra es ciega
La palabra y la acción fuera del espíritu de
la comunidad son la muerte”*
Pensamiento Nasa

Mientras los agentes del modelo económico transnacional nos invaden el territorio del imaginario con propaganda y crean agencias para imponer su *proyecto de muerte*, nosotros y nosotras apostamos a tejidos de palabra y acción para caminar dignamente con nuestros pueblos y consolidar nuestros Planes de Vida. Es así como en los últimos años venimos caminando muy de cerca a nuestras autoridades indígenas para incidir en sus agendas y lograr el compromiso político con la comunicación. Vale la pena citar algunos ejemplos que ilustran la forma en que viene abriéndose con dificultades, un espacio comunicativo renovado y transformador a partir de la concepción ancestral de tejidos.

En el norte del Cauca cinco años después de la creación del Tejido de Comunicación ACIN logramos que en el Congreso Zonal de 2009, nos concedieran un espacio autónomo para

3 Ver Manuel Rozental, ¿Qué palabra camina la Minga?, Revista Deslinde, Bogotá Colombia, <http://deslinde.org.co/IMG/pdf/MINGA.pdf>

discutir con nuestras comunidades en comisiones lo que estábamos haciendo y lo que necesitábamos en comunicación para responder a los desafíos del contexto de agresión en todo el Cauca y en Colombia como consecuencia de la guerra en nuestros territorios cuyo propósito estratégico es el de suplantarlo nuestro proceso en un “teatro de operaciones militares” involucrándonos en una guerra ajena. A este propósito se dedican los medios comerciales, el Estado y los agentes del “libre comercio” transnacional. A pesar de la oposición de sectores armados y de intereses particulares, el Congreso de la ACIN fortaleció el Tejido de Comunicación para la Verdad y la Vida desde abajo.

En consecuencia en el contexto de agresión contra los pueblos en Colombia, de grandes movilizaciones realizadas desde el Cauca por la Liberación de la Madre Tierra y del trabajo del Tejido de Comunicación y de otras iniciativas comunitarias de comunicación, los pueblos indígenas del Abya Yala decidieron realizar la I Cumbre de Comunicación Indígena del Continente en el resguardo de La María Piendamó en el Cauca. A pesar de muchas dificultades, empieza a abrirse paso el sentido de comunicar y liberar la palabra tejida al territorio y la combinación de medios propios y apropiados, desde este ámbito de la Cumbre. Depende de todos los pueblos indígenas defender este camino ante tendencias que, aduciendo necesidades prácticas innegables, pretenden reducir la comunicación únicamente a la consecución de recursos y medios tecnológicos. Debemos exigir nuestros derechos que por legitimidad nos pertenecen y lograr los recursos económicos, técnicos, jurídicos... mínimos necesarios para consolidar nuestra comunicación indígena.

En 2012 han ocurrido dos episodios más: la Organización Nacional Indígena de Colombia (ONIC) en su VIII Congreso, por primera vez abrió una mesa específica de comunicación como siempre lo hace con las otras áreas de la organización. Las conclusiones de esta comisión⁴, de una parte recogen una concepción de comunicar arraigada en tradiciones ricas y diversas, renovadas y proyectadas hacia el futuro, no para sino desde los pueblos indígenas, de modo que comunicar como creatividad, como derecho, como posibilidad se plasma como necesidad y alternativa en marcha ante el privilegio mercantil de la comunicación como propaganda. De otra parte, en consecuencia con esta concepción y práctica, se señala el derecho a la comunicación que incluye una legislación que libere los medios indígenas y populares de intereses comerciales y garantice los recursos necesarios para que no se silencie la palabra de los pueblos. En esta perspectiva, el Consejo Regional Indígena del Cauca (CRIC) incluyó en su agenda de diálogo con el gobierno nacional, por primera vez, el tema de comunicación, conteniendo, pero no limitado a acceder de manera diferencial a recursos, licencias y equipos. Sin lugar a dudas, estos cambios y aperturas son consecuencia directa del impacto del Tejer Comunicativo desde el territorio, transformado en Caminos de la Palabra Digna nacional y en actuar desde la comunicación popular en defensa de los pueblos. Se ha constituido una fuerza ético-política desde la comunicación indígena que ejerce presión sobre estamentos estatales y sobre prácticas institucionales propias y ajenas demostrando que comunicar es otra cosa y se puede hacer realidad. Ya lo es.

4 “Leer y entender la Madre Tierra es nuestro principio de comunicación”, Noticia acerca del trabajo en la Mesa de Comunicaciones y Sistemas de Información del VIII Congreso de la ONIC. Ver: <http://cms.onic.org.co/2012/10/leer-y-entender-la-madre-tierra-es-nuestro-principio-de-comunicacion/>

Son espacios recientes que nos alegran porque después de tantos años de trabajo colectivo podríamos estar cosechando frutos concretos en los términos políticos en que las y los tejedores vemos la comunicación indígena. Finalmente, sobre la base de estos importantes avances para la comunicación indígena en Colombia y gracias a nuestra regional, Comunicaciones CRIC, la Asociación de Medios de Comunicación Indígena de Colombia (Red AMCIC) y el Tejido de Comunicación ACIN, venimos coordinando encuentros⁵ en las macro regiones indígenas del país para la reflexión, el análisis y la discusión sobre el *proyecto de muerte* y nuestros Planes de vida, es decir, las grandes problemáticas que vivimos en nuestros territorios y la forma como resistimos y tejemos alternativas para defender nuestros Planes de Vida; sobre el sentido de la comunicación indígena, las formas propias de comunicarnos y los medios apropiados de comunicar para identificar debilidades y aciertos; y además repensando la política para crear estrategias y planes de acción que nos guíen el camino de lo que sería una *política de comunicación diferencial desde los pueblos indígenas para defender la vida y el territorio*.

Son *mingas de pensamiento* sobre la comunicación desde los pueblos indígenas en el país que nos vienen ayudando a fortalecer nuestros lazos de unidad, a reconocer nuestras falencias y a proyectarnos hacia el futuro partiendo del legado de nuestros mayores. De este modo, caminamos hacia el I Foro de Comunicación Indígena en Colombia que se realizó entre el 26 y 30

5 “Apostando al tejido de palabra y acción desde comunicación”, Equipo Coordinador del Foro Nacional de Comunicación Indígena. Ver: <http://pueblosencamino.org/index.php/asi-si/culturas-y-cosmovisiones/412-apostando-al-tejido-de-palabra-y-accion-desde-comunicacion>

de noviembre de 2012 en la capital del Cauca⁶. Un espacio más que se suma a los últimos avances sobre la discusión del por qué, para qué y cómo consolidar la comunicación en el contexto actual que vivimos en nuestros territorios. En este foro, en todos los demás espacios que se abran, y en especial, en el marco de la posible política de comunicación diferencial que estamos construyendo, seguiremos aportando y participando convocados por la coherencia con la palabra, la libertad de la palabra y la consolidación de la comunicación indígena como alternativa a la mercantilización de la palabra y al lucro de la comunicación. Mientras se negocia un cese al fuego definitivo entre insurgencia y gobierno, sabemos de la urgencia de reconocer y superar una guerra ideológica-subjetiva que nos somete. La paz requiere liberar la palabra de los pueblos para caminarla: esa es la política de comunicación que construimos desde la experiencia práctica de los tejidos.

Vilma Almendra y Manuel Rozental son integrantes del Tejido de Comunicación de ACIN.

6 I Foro Nacional de Comunicación hacia una Política Pública Diferencial de Comunicación e Información para los pueblos indígenas de Colombia. Ver: <http://cric-colombia.org/fnci/>



Popayán, 30 de noviembre de 2012

Colombia: Pronunciamiento del I Foro Nacional de Comunicación Indígena

Antecedentes

Más de 700 participantes entre autoridades tradicionales, organizaciones, procesos, redes, prensa independiente y tejidos de comunicaciones, nos encontramos aquí, en el territorio indígena del Consejo Regional Indígena del Cauca (CRIC) donde desde hace más de 41 años se viene desarrollando un proceso de resistencia, reconocimiento y recomposición de la identidad, así como de la unidad de los pueblos originarios.

Reconocemos que los procesos presentes en esta Minga de la Palabra denominado **Foro Nacional de Comunicación Indígena**, somos parte de las tantas dinámicas enmarcadas en el rechazo a la celebración triunfalista de los 500 años de invasión extranjera y de 200 años de frustradas búsquedas de independencia que los Estados de la llamada América están promoviendo para poder legitimar la continuidad del intervencionismo imperial.

En este mismo territorio se desarrolló la Primera Cumbre Continental de Comunicaciones del Abya Yala en el 2010, donde entre otros compromisos, nos propusimos preparar la II Cumbre Continental a realizarse en México en el 2013, desde la conformación de una comisión de seguimiento y una agenda que pro-

nuevas reuniones, talleres, foros y seminarios para socializar los compromisos y tareas allí acordadas. A partir de esa perspectiva se concreta el Foro Nacional de Comunicación Indígena que hoy nos congrega.

También se han desarrollado otros eventos igualmente importantes en el continente del Abya Yala, entre estos el Foro sobre Política Pública internacional en el marco del XI Festival Internacional de Cine y Video de los Pueblos Indígenas en Bogotá, y el Parlamento de la Comunicación Indígena, en Argentina.

Hoy el tema de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, se ha abierto paso en todo el mundo, donde el derecho a la libertad de prensa, pero en especial el derecho a estar bien informados, desaparecen del escenario de la responsabilidad de los Estados, lo cual resulta más dramático cuando lo referido a los derechos a la comunicación de los pueblos para nada se tiene en cuenta en los desarrollos legislativos de estos países.

Por otro lado, derechos fundamentales como el derecho a la vida, a la identidad, al territorio, a la salud y a la educación se han convertido en artículos costosos sujetos a las reglas del mercado. Es evidente que el proceso de invasión y expansión del poder, ahora llamado modelo neoliberal, continúa, lo cual ha generado iniciativas políticas de toma de poder, unas dentro de los procesos de elecciones y otros por la vía de las armas. Este último ha producido muchas víctimas, especialmente en territorios indígenas de la nación colombiana.

La Comunicación Indígena

Declaramos como principios que orientan nuestra Política de Comunicación los siguientes:

Cosmovisión y relación con la Madre Tierra

Autonomía de nuestros procesos de comunicación basados en nuestra Ley de origen y espiritualidad. Fortalecer comunicativamente la autoridad, la unidad, la tierra y la cultura desde el movimiento indígena. Comunicar desde nuestra propia espiritualidad, liberar el territorio del imaginario y descolonizar nuestra palabra y acción para seguir siendo con los seres de la Madre Tierra

Resistencia para consolidar nuestros procesos autónomos. Consolidar los procesos de información, educación, reflexión, decisión y acción para entender la agresión y defender la vida. Usar estratégicamente las formas de comunicación propias y los medios de comunicación apropiados para concientizarnos y movilizarnos de la mano de las comunidades,

Tejidos entre pueblos y procesos a través de mingas de pensamiento y acción para acompañarnos en el camino de la palabra y en la defensa del territorio colectivo con los pueblos. Tejidos y redes de comunicación indígenas y populares.

El valor de la palabra y el pensamiento que permitan pensar y actuar para comunicar en consecuencia con nuestros principios organizativos. Comunicar críticamente la palabra del pueblo y para el pueblo, no para profundizar contradicciones, sino para reconocerlas y superarlas en comunidad.

Bajo estos principios, esta Minga de la Palabra reafirma que la comunicación es integral para los pueblos indígenas, presente en todos los ámbitos del territorio, por esto es fundamental para nuestras familias, comunidades, procesos organizativos, resistencias y Planes de Vida. Nuestra comunicación natural nos identifica como seres colectivos, porque siempre estamos intercambiando, dialogando, sintiendo, pensando, soñando y expresando en comunidad. Tiene como fundamento una ética y una espiritualidad donde los contenidos, los sentimientos y los valores son esenciales para la vida y la convivencia entre los seres. Por eso para los pueblos indígenas es fundamental la relación con los espíritus, con el agua, con el fuego, con el viento, con las plantas, con los animales y con todos los hijos de nuestra Madre Tierra. Igual que cuando recorremos nuestros territorios ancestrales, cuando escuchamos, cuando nos armonizamos con nuestros guías espirituales, cuando caminamos la palabra de los pueblos en defensa de la vida y del territorio.

Nuestras amenazas

Todo lo que se teje alrededor de nuestros espacios de comunicación son saberes para defender la vida. Saberes amenazados por un proyecto dominante, por un modelo económico conquistador y transnacional de codicia que a través de múltiples estrategias convierte a nuestra Madre Tierra en negocio y mercantiliza la palabra.

Un modelo de agresión que insiste en intentar romper nuestros tejidos de vida y nuestras resistencias. Un proyecto de muerte que busca acumular y convertir a nuestra Madre Tierra en mercancía y usa diversas estrategias de sometimiento. Por esto sufrimos el terror, la legislación de despojo, la propaganda ideológica y la cooptación que provoca el desplazamiento de nuestros territorios, que muestra su cruento rostro cotidiano de masacres, asesinatos, secuestros, desapariciones y constantes violaciones a nuestros derechos, cercándonos e invadiéndonos

Movimientos convergentes en comunicación

culturalmente, promoviendo el desarraigo cultural y buscando deslegitimar nuestras luchas y debilitar nuestros procesos políticos organizativos.

Nuestros desafíos y caminos

Desde este espacio legítimo reafirmamos nuestra voluntad y compromiso de fortalecer nuestros procesos de resistencia en defensa del territorio, desde las dinámicas propias de cada pueblo y/o organizaciones para iniciar diálogos con los gobiernos y seguir tejiendo entre pueblos y procesos.

Trabajar por el fortalecimiento de procesos autónomos de control territorial en nuestros resguardos y comunidades, por las consultas previas autónomas libres e informadas para decidir en nuestro territorio.

Formar escuelas, fogones y tejidos de comunicación para la defensa de nuestros procesos y hacer visibles nuestras luchas, las constantes movilizaciones y acciones de hecho contra los megaproyectos para defender el territorio, la vida y la autonomía para caminar dignamente con nuestros pueblos y consolidar nuestros Planes de Vida.

Propuestas generales

Exigimos detener el rumbo del modelo capitalista dominante que nos lleva al suicidio en el afán de convertirlo todo en basura y codicia. Ser indígenas, originarios, de la tierra, y permanecer como pueblos con sabiduría, justicia y propuestas desde las raíces, hacia la libertad en armonía.

Sobre la situación general de los pueblos indígenas en Colombia

El Foro Nacional de Comunicación Indígena exige que respeten nuestros Planes de Vida y nuestras propuestas alternativas al proyecto de muerte. Nosotros y nosotras sabemos que tienen que convertirnos en víctimas para despojarnos y que usan toda la política estatal, el modelo económico y el conflicto armado para robarnos. Por tanto demandamos a todos los actores de la guerra el respeto a la vida, al territorio, al derecho internacional humanitario, en particular la garantía a la vida digna, y al ejercicio de la libertad de prensa y expresión a través de los medios de información y comunicación indígenas.

En el actual proceso de diálogo gobierno – guerrilla exigimos la plena garantía de que los asuntos que afectan a la población civil en especial a los pueblos indígenas sean tratados directamente en espacios propios de las organizaciones civiles, en este camino seguimos empeñados en exigir la paz para nuestros pueblos, que no es otra cosa, que la libertad y autonomía de nuestros territorios.

Sobre la política de Comunicación

Reafirmamos el caminar de la palabra desde los pueblos y regiones con el compromiso de fortalecer los procesos comunicativos propios a nivel local, regional y nacional en la perspectiva de articular tejidos, redes y alianzas entre pueblos y procesos de comunicación indígena.

Consolidación de redes de carácter regional, nacional e internacional indígenas y con otros sectores sociales hacia la visibilidad e impulso de acciones y campañas en defensa de los territorios y la vida, y de las potencialidades de los pueblos indígenas, y en contra de la discriminación, la violencia y la guerra.

Demandamos una política pública diferencial entendida en el sentido que debe respetar la construcción normativa y autónoma de los pueblos indígenas, de acuerdo con sus características territoriales, políticas, sociales y culturales, generando y garantizando los recursos especialmente para la implementación y ejecución de los procesos y medios de comunicación propios.

De igual forma es imperativo que el Estado concerte con los pueblos indígenas campañas de reparación y dignificación histórica de los pueblos indígenas del continente.

Sobre la Segunda Cumbre Continental de Comunicación

Reafirmamos nuestro compromiso de participar y contribuir al éxito de la segunda Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya Yala, a realizarse en Oaxaca, México en octubre del 2013. A fin de fortalecer los lazos de comunicación entre todos los pueblos indígenas del continente para construir y desarrollar una agenda común que articule y potencie nuestros esfuerzos continentales, en aras de avanzar en el ejercicio del derecho a la comunicación, como expresión de la autodeterminación de nuestros pueblos, así como de un plan de liberación de la palabra.

Las y los participantes de esta Minga de la Palabra asumimos y quedamos comprometidos con las indicaciones surgidas de la reflexión y con la hoja de ruta indicada en las conclusiones finales. El documento general, en donde se explicitan los términos y la hoja de ruta para la construcción de una política pública, será evaluado, próximamente, con delegados de los diferentes pueblos, donde se definirán y presentarán las líneas generales a exigir para que el Estado garantice su aplicabilidad a través de los espacios de concertación propios y de relación institucional que se vienen construyendo desde las regiones y procesos organizativos del país.

Finalmente invocamos a nuestras comunidades indígenas, autoridades tradicionales y procesos organizativos a que nos comprometamos a continuar asumiendo con decisión el caminar de la palabra y en ese sentido a compartir, discutir y difundir los resultados generales de este foro.

Fuente:

http://movimientos.org/enlacei/show_text.php3?key=21898

Organizaciones del campo

Propuestas y respuestas colectivas

En un momento marcado por el desconcierto, la fragmentación y la dispersión del campo popular, irrumpe la “Campaña Continental 500 Años de Resistencia Indígena, Negra y Popular” (1989-1992), impulsada por organizaciones campesino-indígenas de la región andina y el Movimiento Sin Tierra (MST) de Brasil, con motivo del V Centenario de la llegada española a suelo americano.

Esta iniciativa pasa a convertirse en un espacio de acercamiento e interacción de fuerzas sociales que deriva en la conformación de instancias de coordinación y redes regionales, como es el caso de la Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo (CLOC) que se constituye formalmente en su primer congreso realizado en Lima, Perú (21-25 febrero 1994), con la participación de 84 organizaciones procedentes de 18 países de América Latina y el Caribe. Esta Coordinadora es integrante de la Vía Campesina Internacional.

El sentido matriz que tiene esta Campaña no solo se debe a que ella posibilita que se abra un proceso de convergencia entre organizaciones del campo y con otros sectores sociales, sino –y sobre todo– a que su realización está pautada por una serie de replanteamientos conceptuales y organizativos que la CLOC los retoma en su proceso. Para lo que nos concierne destacamos dos: una modalidad organizativa con un formato descentralizado, toma de decisiones por consenso, respeto a la autonomía de cada colectivo y, en suma, la premisa de la “unidad en la diversidad”. Y, en concordancia con esto, la necesidad de contar con flujos de información de ida y vuelta permanentes, que en un sentido más amplio remite a tener que repensar la comunicación en los procesos organizativos.

Es así que en su congreso fundacional emite una resolución sobre comunicación, información y capacitación en la cual señala:

En los tiempos que corren, la libertad de información se ha convertido en un privilegio de unos pocos, quienes incluso pueden decidir sobre la suerte de un proceso electoral, sin que los electores tengan capacidad alguna para incidir sobre ellos. Precisamente por ello, se ha reforzado la concentración y control de los sistemas de comunicación y la consiguiente marginalización de los excluidos de siempre.

“Nada sorprendente entonces que, hoy por hoy, uno de los derechos más sistemáticamente violentados en América Latina sea el derecho a la información y la comunicación... Por lo mismo, es hora de sumar nuestros esfuerzos a la lucha por la democratización

de la comunicación, y a la vez rescatar la dimensión estratégica de la comunicación popular, en cuyo marco se han desarrollado importantes experiencias que de una u otra manera han puesto sobre el tapete la dimensión participativa, democrática, descentralizada, horizontal e interactiva de la comunicación.

Sobre la base de este señalamiento, acuerda:

Analizar y comprender la importancia estratégica que tiene la comunicación en el mundo contemporáneo para propiciar la elaboración de políticas de comunicación (en un sentido global) en nuestras organizaciones.

Esta disposición conlleva a la realización del “I Taller de Comunicación e Información de la CLOC” (Quito, 17-25 febrero 1997) que establece, entre otros, estos acuerdos:

- Dar prioridad dentro de nuestras plataformas y emprender acciones concretas en la lucha por la defensa del derecho a la comunicación, y la democratización de los medios y sistemas de comunicación.
- Reivindicar el acceso de los habitantes del campo y sus organizaciones a las nuevas tecnologías de la comunicación, en tanto recursos que nos ayuden a romper el aislamiento, a fortalecer las relaciones con organizaciones fraternas y a vincularnos con organismos democráticos de todo el mundo.
- Contribuir al proceso de definición de políticas y estrategias de comunicación en el seno de la CLOC, tanto en el plano interno, como hacia el exterior, como condición

indispensable para que efectivamente pueda ejercer un protagonismo regional y mundial.

Al año siguiente, en el mes de septiembre, en San Salvador¹, la coordinación de la CLOC al abordar este tema acuerda dedicar esfuerzos a la apropiación de Internet, tanto en las redes electrónicas como en la Web, y la articulación de campañas de comunicación con otros movimientos sociales. Este enfoque de construcción conjunta es el que conlleva a la conformación de la “Minga Informativa de Movimientos Sociales” (<http://www.movimientos.org>), con otras coordinaciones y redes sociales del continente en la perspectiva de construir “*una agenda social en comunicación*”.

En el “Balance de la CLOC” que presenta Itelvina Massioli, dirigente del MST-Brasil, al IV Congreso (Guatemala, 9-11 de octubre 2005) señala:

Otro aspecto positivo fue la creación de la MINGA. Un espacio de comunicación de los movimientos sociales, como parte del reto de discutir una política de comunicación e instrumentos eficaces para hacer fluir la información. La información es poder, es necesario democratizarla y hacer efectiva, así como contrarrestar los medios de comunicación.

Como afirma la CLOC-VC Centroamérica en su documento de estrategia regional:

... las organizaciones miembros de La Vía Campesina están apuntando a la comunicación alternativa,

1 En el marco del *Foro Internacional: Comunicación y Ciudadanía*.

práctica que inició en 1999 con el trabajo de la Minga Informativa en conjunto con otras redes y coordinaciones sociales y cuyo trabajo de cobertura inició en octubre del año 2002 en las jornadas contra el Área de Libre Comercio (ALCA) en Quito, Ecuador. Esta experiencia es una de las fortalezas con las que cuenta la región, a parte que algunas organizaciones tienen algunas iniciativas de comunicación (revistas impresas, boletines electrónicos, páginas Web, etc.).

Respecto a este proceso de construcción colectiva, la mesa de comunicación del V Congreso de la CLOC (Quito, 8 - 16 octubre 2010) sostiene: “En estos últimos años se han realizado esfuerzos desde algunos de nuestros movimientos y la minga informativa para articular y consolidar continentalmente las herramientas y estrategias de comunicación y difusión”. Y en las resoluciones de este Congreso se señala: “Entendemos la tarea de comunicación como un componente fundamental en la construcción y desarrollo de nuestras organizaciones. Impulsaremos la creación de nuestros propios medios de comunicación, los que compartirán los lineamientos políticos, principios, definiciones y objetivos adoptados por la CLOC-VC”.

En esta línea, en septiembre 2012, formuló los “Principios Políticos ideológicos del Colectivo de Comunicación de la CLOC-VC” (ver pag. 107) que expone “algunas pautas para comunicar desde una perspectiva liberadora, solidaria e incluyente, que privilegia el modelo dialógico de la comunicación popular.”

Planteamientos e iniciativas de las organizaciones del campo

Organizaciones del campo de América Latina ven a la comunicación como un derecho, un área fundamental para la democratización de la sociedad y un terreno de disputa de ideas y modelos.

Sus planteamientos para democratizar la comunicación contemplan, entre otros, desarrollar y fortalecer instrumentos populares de comunicación; construir una agenda mediática propia frente a la agenda que imponen los grandes medios comerciales; fortalecer la pluralidad de voces en el escenario mediático; y regular los medios para frenar los monopolios.

Tres organizaciones nacionales, miembros de la Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo – Vía Campesina (CLOC-VC), ofrecen sus respuestas a preguntas que les planteó ALAI sobre cómo abordan la democratización de la comunicación en su agenda política.

Ellas son:

- el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra -MST-, de Brasil,
- el Movimiento Nacional Campesina Indígena -MNCI-, de Argentina, y
- la Asociación de Trabajadores del Campo -ATC-, de Nicaragua.

¿En qué medida el tema de la democratización de la comunicación es asumido por la organización como parte de sus plataformas, agendas, movilizaciones, etc.?

MNCI – Argentina: Es una línea estratégica del plan de acción del MNCI, es por eso que en cada organización miembro existe un Equipo de Comunicación que además aporta al Equipo de Comunicación Nacional con debates, ideas, herramientas y acciones.

La disputa de sentidos, ideas y luchas exige a los movimientos sociales y políticos plantear la cuestión de la comunicación en todos los planos: la derecha en Argentina sostiene gran parte de su hegemonía a partir de monopolios mediáticos que “crean relatos y sentidos” en la sociedad.

Estos monopolios ningunean la lucha campesina y trabajan fuertemente en legitimar al modelo de la agricultura industrial, la biotecnología, así como la idea de que la representación política y social del “campo” son las organizaciones de la oligarquía y los voceros “científicos” de las transnacionales.

MST – Brasil: Los medios de comunicación de masas controlados por la burguesía brasileña se ubican como enemigos de las luchas sociales y de las organizaciones populares que defienden cambios estructurales en nuestro país. Así, cada vez que nuestro movimiento hace una ocupación de tierras, una marcha o una protesta es atacado por los medios de comunicación de la clase dominante.

Por ello, nuestra militancia y nuestro movimiento ven la necesidad de democratizar los medios de comunicación para construir un país más democrático, que refleje a todos los sectores de nuestra sociedad. Nuestro movimiento tiene tres objetivos, que son garantizar tierra a los trabajadores rurales, luchar por la Reforma Agraria y por un nuevo modelo de agricultura y transformaciones estructurales en nuestra sociedad, como la democratización de la comunicación.

La burguesía brasileña es autocrática –como la define el profesor Florestan Fernandes– y no hizo las reformas democráticas y nacionales que llevaron a cabo los países capitalistas desarrollados. Por eso, Brasil es un país dependiente del capital internacional, con un sistema político que no contempla la participación popular en las grandes decisiones, que no hizo la reforma agraria, no universalizó el acceso a una educación pública y de calidad en todos los niveles y mantuvo el control de los medios de comunicación en manos de una aristocracia. Así, una de las transformaciones fundamentales para nuestro país es la democratización de los medios de comunicación.

ATC – Nicaragua: Para la ATC la información y la comunicación son herramientas clave para el desarrollo humano, por lo que con el acceso a ellas se abre a las personas la posibili-

dad, mediante su utilización, de contribuir al enriquecimiento de su vida individual y comunitaria. Por medio de estas herramientas se incrementa la competitividad, la igualdad de oportunidades, las libertades individuales, la calidad de vida y la eficiencia y transparencia del sector público, enriqueciendo al mismo tiempo la identidad cultural de la nación y de los pueblos originarios. Por tanto, para nosotros la comunicación es un derecho, que debe garantizarse de manera equitativa. La condición social, económica y cultural de las personas no debe ser un impedimento para acceder a la información y la comunicación. Consideramos que las campesinas y campesinos tenemos derecho a estar informados y comunicados, y debemos luchar por una comunicación más justa y solidaria.

Así es que la Asociación de Trabajadores del Campo, considerando a la comunicación como un proceso de diálogo y análisis político que genera poder en las luchas sociales, desde su fundación en 1978, asumió la comunicación como componente estratégico para el proceso organizativo, por lo que siempre ha estado presente en sus ejes de acción, en sus cooperativas, sindicatos, movimiento de mujeres, movimiento de jóvenes.

La ATC está convencida que la información debe trascender fronteras por lo que ha creado medios alternativos como su revista *El Machete*, su página web, el uso del correo electrónico, el buen uso de las redes sociales (Facebook) y todos los materiales impresos (afiches, boletines, brochures) que publica.

¿Cuáles son las principales reivindicaciones y planteamientos?

MST: Desde nuestro punto de vista, esa lucha tiene dos ejes: la construcción de instrumentos populares de comunicación y

la lucha por la democratización de los medios controlados por la clase dominante.

Así, hemos apoyado la lucha del movimiento por la democratización de la comunicación y por la regulación de los medios de comunicación, a partir del respeto a la Constitución, que prohíbe la propiedad cruzada y el oligopolio en ese sector. Para nosotros, democratizar la comunicación es acabar con los grandes oligopolios y destruir el poder de las organizaciones Globo, que controlan el flujo de informaciones en Brasil.

A finales del gobierno Lula, se construyó un marco normativo de las comunicaciones, que nunca fue presentado a la sociedad. El gobierno ha omitido la discusión de ese tema, pese a que en forma cotidiana sufre los ataques de los medios de comunicación de la burguesía. Por ello, los movimientos plantean hacer una gran campaña, recogiendo firmas de los ciudadanos para apoyar un proyecto de ley de iniciativa popular que pueda abrir un debate nacional sobre la necesidad de democratizar la comunicación.

Por otro lado, hemos hecho un esfuerzo para construir y mantener medios de comunicación con una visión popular de nuestro país y del mundo para informar a nuestra base, a nuestra militancia y disputar la hegemonía en la sociedad.

Nuestro movimiento tiene una preocupación histórica sobre el tema de la comunicación. Nuestro periódico *Sin Tierra*, que tiene 31 años, es más antiguo que el propio movimiento. Después, creamos una revista y un sitio web en Internet. Más recientemente, conformamos una brigada audiovisual para la producción de vídeos.

Además de eso, hemos contribuido en la construcción de instrumentos de comunicación como el periódico *Brasil de Fato*, que cumple 10 años en enero de 2013, y de una agencia de producción de noticias de radio, la *RadioAgênciaNP*, teniendo como objetivo disputar los proyectos políticos en la sociedad.

ATC: Como hemos mencionado inicialmente, la comunicación es un derecho que se debe garantizar de forma equitativa. También creemos importante y sentimos la necesidad de construir una agenda mediática propia, las organizaciones campesinas en alianza entre movimientos sociales y redes de comunicación alternativa, para posicionar temas y enfoques, desde nuestras visiones, frente a la agenda que imponen los grandes medios comerciales. Ya que vemos en el escenario mundial a los grandes medios comerciales al servicio de gobiernos de derecha y de los grandes capitales, en defensa del actual modelo depredador de desarrollo, y en una seria confrontación con los gobiernos de carácter progresista. No tanto disputando espacios, más bien cerrando cada vez más los espacios a los medios populares, alternativos, por lo que se hace necesario e imprescindible una alianza que nos dé fuerzas.

Es decir todavía nosotros estamos en el periodo de acumulación de fuerzas, más que en el periodo de reformas a la ley, por cuanto la apropiación jurídica popular todavía pasa por un periodo de disputa entre las consignas del consumismo informativo transnacional y el uso responsable de la comunicación orientadora. Estamos todavía en un periodo defensivo de la mínima legislación comunicacional de los gobiernos progresistas.

MNCI: - Regular a los medios de comunicación de masas y obtener límites a sus licencias para quebrar y debilitar los monopolios.

- Fortalecer la pluralidad de voces en todo el espectro audiovisual, estableciendo criterios para lograr pluralidad, pluriculturalidad, diversidad política, etc.
- Fortalecer el desarrollo de medios de comunicación alternativos
- Desarrollar mecanismos para que la pauta oficial sea distribuida de forma equitativa y llegue a los medios alternativos que se desarrollan en los sectores populares

¿Qué iniciativas han emprendido?

MNCI: Convocamos a periodistas, y a la sociedad en su conjunto, cada vez que es preciso denunciar el avance sobre nuestros territorios tanto del capital extranjero como del local, para visibilizar nuestras luchas, mostrar como criminalizan a compañeros y compañeras por defender sus territorios, organizando así comunicados y conferencias de prensa.

También en el caso de conmemorar fechas importantes en la lucha campesina, como el 17 de abril y el 16 de octubre, como así también dar a conocer algunas de nuestras propuestas como fue en el marco de nuestro primer Congreso en el 2010, el abordaje profundo de la Reforma Agraria y la Soberanía Alimentaria y, desde hace ya un tiempo, la generación de la ley a favor del freno de los desalojos, la campaña contra los agrotóxicos y movilizaciones contra el saqueo de nuestros recursos naturales y nuestros derechos humanos.

A nivel nacional y en los distintos territorios que abarca el MNCI venimos construyendo alianzas con colectivos de comunicación alternativa, popular y comunitaria en distintos grados de participación, programando encuentros de debate político, talleres, actividades conjuntas, campañas, etc.

El MNCI desarrolla también varios frentes en comunicación:

- FM comunitarias en las centrales campesinas, boletines locales, revista nacional “falta menos”, formación de comunicadores y comunicadoras.
- Estrategias en las redes virtuales (Facebook, Web, blog)
- Alianzas con medios alternativos: participamos en AMARC.
- Articulamos con FARCO y con la Red Nacional de Medios Alternativos.
- Participamos de los foros para la construcción de la Ley de Medios Audiovisuales
- Propiciamos una red y articulación de periodistas de medios masivos de comunicación, con los cuales logramos perforar en los mismos.
- Propiciamos articulación con artistas y músicos para que transmitan a través del arte los sentidos y valores de la lucha campesina.

ATC: Se han realizado varias acciones dentro de la organización con la finalidad de mejorar la comunicación a nivel interno y en las bases.

Un esfuerzo emprendido ha sido la coordinación de acciones en conjunto con otras redes, tal y como se ha venido haciendo

con la Minga Informativa de Movimientos Sociales, ALAI, y La Vía Campesina a nivel regional y continental.

A nivel local, uno de los esfuerzos del trabajo comunicativo, es a través de la capacitación, donde se orientan a las y los afiliados a que produzcan sus propios mensajes, a gestionar sus medios y realizar acciones. Esto supone intercambio de experiencias entre los comunicadores y la base. También se promueve la participación donde la gente no solo es receptora del mensaje, sino también es capaz de generar y transmitir información.

MST: Hemos apoyado la lucha del movimiento por la democratización de la comunicación, que articula a periodistas progresistas, a una serie de entidades y al movimiento sindical. Esta articulación ha ganado fuerza en el último periodo frente a la radicalización del componente conservador de los medios de comunicación de la burguesía, que ha concentrado todas sus fuerzas para derrotar a la izquierda.

A nivel interno y en el trabajo de base, ¿cuáles son las líneas de trabajo que desarrollan respecto al tema de la democratización de la comunicación?

ATC: Inicialmente la ATC constituyó una red de comunicadores populares del campo, quienes desde sus lugares de origen informaban lo que acontecía en sus comunidades. Esta y otras experiencias vividas ayudaron a que el tema de la comunicación sea parte de su plan estratégico, de todos sus programas educativos; ha creado módulos para que sirvan de guía en sus dos escuelas de formación.

MNCI: En cada comunidad promovemos la participación de todas y todos, que participen de las radios comunitarias, que desarrollemos textos para nuestros boletines y revistas, que accedamos a la informática, que estemos cada vez mejor comunicados con otras comunidades, regionales y provincias. También talleres de formación de comunicadores, voceros.

MST: En el trabajo de base, discutimos los cambios estructurales necesarios para garantizar los derechos del pueblo brasileño. La democratización de la comunicación es uno de los temas de nuestra propuesta para la sociedad, que es el Proyecto Popular para Brasil.

¿El tema de la democratización de la comunicación está presente en los espacios sectoriales, tanto nacionales como internacionales, en los que participa la organización? ¿Qué iniciativas se podrían destacar?

ATC: Diríamos que sí. En la mayoría de los espacios donde estamos inmersos se ha incorporado la democratización de la comunicación como tema importante en la agenda.

En nuestro país hemos tenido un gran proceso de transformación, de forma participativa e incluyente, en donde se nos garantiza derechos y libertades que durante años nos fueron negados. Tenemos que mencionar, que por un lado, en los municipios del país, puesto que ha crecido la gestión municipal, eso ha fortalecido el surgimiento y la ampliación de radios locales. Pero por otro lado a nivel central, dentro de la empresa privada, hay una batalla entre dos grupos de poder por controlar el presupuesto de la República para la publicidad.

Una facción tradicional en contraposición con una que le da espacio al Estado para promover mensajes reivindicadores de derechos para la ciudadanía. Ahora bien, es importante destacar que se han logrado rescatar medios públicos televisivos y radiales, lo que nos deja la oportunidad para el diálogo y el debate en los medios del sector comunitario y alternativo, con miras a posibles alianzas.

En todos los espacios donde participamos vemos presente el mensaje que es imperioso una articulación de los medios populares, así como el fortalecimiento de los medios públicos, dentro de una agenda para una comunicación democrática impulsada por los movimientos sociales, Estados nacionales e instancias regionales.

Como iniciativa hay que destacar todo el trabajo que hemos venido realizando, en la región Centroamericana, las organizaciones miembros de La Vía Campesina, en el tema de comunicación. Hemos hecho un gran esfuerzo en la construcción de una voz regional. El equipo de comunicación ha jugado un papel fundamental en ese sentido. Dentro de sus líneas estratégicas, la comunicación aparece como un instrumento político de transformación del entorno; es por eso que la institucionalización de una dinámica regional ha estado en el centro del trabajo que se realiza desde el área de comunicación en los distintos países centroamericanos (ver pag. 115).

Así pues, partiendo de los problemas actuales que enfrentamos en el campo, en donde el acaparamiento de tierras aparece como una amenaza creciente, no solo para la agricultura sostenible, sino también para la vida digna de los pueblos y de las generaciones futuras, tomamos la iniciativa de visibilizar las

manifestaciones de ese fenómeno en la región desde nuestra perspectiva, como forma de apoyo a las luchas de campesinos, campesinas y pueblos indígenas.

Nosotros en el caminar hacia el mundo por el que luchamos, basado en la Soberanía Alimentaria, vamos articulando la resistencia al capitalismo alrededor de la organización, la cooperación y la comunidad a nivel nacional, regional e internacional. Pero los medios de comunicación corporativa, como parte de la estructura ideológica del capitalismo, contribuyen a invisibilizar estos avances y a proyectar una imagen distorsionada de las luchas de los campesinos. De ahí que, se emprendió la construcción del Observatorio de Conflictividad Agraria, el cual es un esfuerzo que pretende, a través de la sistematización, investigación y difusión de los conflictos agrarios en Centroamérica, contribuir a la acción solidaria a nivel mundial. Este proyecto a largo plazo también implica un proceso interno de democratizar la comunicación, para que las herramientas no sólo lleguen a las comunidades, sino que partan completamente de ellas.

MST: Sí. Actualmente, en Brasil, existe un consenso de las organizaciones de la clase trabajadora de que la *media* burguesa es enemiga de las transformaciones sociales y de las luchas populares. Entonces, hay unidad en la necesidad de democratizar la comunicación. A nivel internacional, los movimientos campesinos han discutido el papel que los grandes medios de comunicación han cumplido para dar legitimidad al modelo del agronegocio, que concentra las tierras, expulsa campesinos, atenta al medioambiente y produce con cantidades enormes de agrotóxicos.

MNCI: Está muy presente en los plenarios y actividades del MNCI. Siempre se sociabiliza entre todas las organizaciones que lo componen lo que se viene trabajando en cada territorio en materia de comunicación, realizamos aportes y pensamos y diseñamos estrategias para fortalecer este trabajo en los territorios donde estamos más débiles. Realizamos periódicamente encuentros para debatir y definir políticamente cómo debe funcionar el Área de Comunicación en el marco de las definiciones que va tomando el MNCI, como así también encuentros más prácticos sobre el uso de los medios de comunicación que tenemos y los que queremos tener.

A través de AMARC, participamos de los procesos de acción y discusión nacional en torno al proceso de democratización, también con aliados como FARCO y Red Nacional de Medios Alternativos.

¿Cuáles son los principales obstáculos que registran en esta materia?

MST: Necesitamos aumentar la capacidad de organización y elevar el nivel de conciencia de la clase trabajadora para enfrentar los intereses de la burguesía y de sus medios de comunicación y hacer los cambios estructurales. Sólo cuando tengamos fuerzas sociales capaces y conscientes, en el contexto de un gobierno democrático-popular, será posible enfrentar y derrotar a los oligopolios de la *media*.

ATC: Un obstáculo estructural es la dependencia institucional externa del país. Dependemos de la deuda externa, y dependemos de la cooperación externa. De tal forma que los sectores que institucionalmente mejor funcionan son aquellos que están

pegados a estos dos factores. Entre ellos la comunicación registra un problema de sostenibilidad, y por supuesto la comunicación de los movimientos sociales y populares somos parte estructural de esa dependencia.

Así es que en nuestra organización, no se cuenta con una verdadera autonomía financiera. Actualmente existe dependencia de algunos pequeños proyectos y no con una propuesta de comunicación que permita autosostenibilidad.

MNCI: Por momentos poca participación. Pocas herramientas de formación para romper con la intimidación a la que están acostumbradas las compañeras y compañeros, hay vergüenza en algunos casos a emitir opinión, comprender que mi voz vale tanto como otras.

Es difícil conseguir recursos para financiar equipos, también es difícil garantizar una comunicación fluida entre comunidades por las grandes distancias que las separan y la falta de señal telefónica.

ALAI



Septiembre de 2012

Principios Políticos ideológicos del Colectivo de Comunicación de la CLOC-VC

Antecedentes

A lo largo de estas últimas décadas en todo el mundo se han registrado cambios agudos en el ámbito comunicativo, hecho que ha propiciado que la comunicación se convierta en un espacio estratégico muy peculiar, en la medida que actualmente es uno de los sectores de punta de la economía y que los medios de comunicación han pasado a desempeñar roles que históricamente cumplían otras instituciones de los Estados como las escuelas, los partidos políticos, iglesias, por lo que se ha multiplicado su capacidad de incidir sobre los entornos sociales, la cotidianidad y los sentidos¹.

Desde la CLOC-VC concebimos a la comunicación como transversal a la vida y acciones de nuestros movimientos y organizaciones sociales; no es una herramienta instrumental, sino que por el contrario tiene un fuerte componente dialógico, que nos permite identificarnos, conocernos, aprender unos de otros, posibilitar la participación y el compromiso de articulación, lucha y resistencia.

Su importancia en la producción de sentidos, para desmontar y cuestionar la cultura de la dominación ha sido consenso en múl-

¹ Agencia Latinoamericana de Información, ALAI.

tiples espacios de encuentros. Asumirla de manera estratégica y dotarla de nuestras intencionalidades, en un modo coherente con las concepciones que nos unen en la lucha, hace emerger la necesidad de una formación sistemática en comunicación popular, como contribución a los procesos de integración latinoamericana.

Consideramos que los medios de comunicación tradicionales han traspasado los límites de su credibilidad al ponerse abiertamente al servicio de las oligarquías subordinadas al imperialismo. Sobran los ejemplos de ataques a las conquistas populares y a los gobiernos que las promueven². Por ello necesitamos imperiosamente medios de comunicación que, no sólo llenen ese vacío de credibilidad mediática sino que también logren una coherencia entre contenido y forma con los intereses populares.

Concebimos la comunicación desde una óptica emancipadora que potencie el protagonismo de los pueblos –hombres y mujeres– y que sea coherente con el proyecto político de la CLOC-Vía Campesina, tomando como centralidad los principios que promueve.

En el continente se ha apostado, desde esfuerzos anteriores y en curso, por el fortalecimiento de la capacidad comunicacional de comunidades, grupos sociales y líderes populares y por el uso democrático de los medios de comunicación, lo que se evidencia en el posicionamiento del tema comunicativo en la agenda pública en muchos de nuestros países. Construir visiones compartidas, aprender unos de otros, hacer nuestra comunidad de intereses desde el diálogo, posibilitará una verdadera participación popular y con ella, un real sentido de pertenencia y compromiso con las luchas sociales y la integración de nuestro continente.

En ese sentido el Colectivo de Comunicación de la CLOC-Vía

2 Ignacio Ramonet, Comunicador.

Campesina asume la carta orgánica, como línea central que es parte del proyecto político de la misma, y se reconoce en un proceso de autonomía, construcción y consolidación, que se inició en el marco del V Congreso de la CLOC-VC y que trajo como resultado la siguiente resolución de congreso: *“Entendemos la tarea de comunicación como un componente fundamental en la construcción y desarrollo de nuestras organizaciones. Impulsaremos la creación de nuestros propios medios de comunicación, los que compartirán los lineamientos políticos, principios, definiciones y objetivos adoptados por la CLOC-VC”*. Pretendemos consolidarnos como Colectivo de Comunicación con militantes que hagan frente a la dictadura mediática de las clases dominantes, promoviendo una comunicación transformadora, popular e inclusiva, con referentes claros en cada región. Este es un primer intento de delinear nuestras políticas comunicacionales que servirán de horizonte para el trabajo en comunicación de la CLOC-VC, es un desafío permanente, más aún para un movimiento que articula las luchas locales con las continentales y globales.

Como CLOC-VC creemos que la comunicación para el cambio social será la que se desarrolle con un sentido de clase. La comunicación desde el sector popular una nueva concepción de la comunicación, una comunicación popular que propicie una transformación social de los pueblos. Esta visión de la comunicación popular se sustenta en lo fundamental de la práctica social como elemento transformador de la realidad. En la actualidad, es indispensable socavar las entrañas del régimen burgués y mediante un arduo trabajo de comunicación de las propuestas revolucionarias ganar la batalla por la mente y el corazón de las grandes masas populares protagonistas del proceso de cambio.

Los medios en muy pocas manos –que es una manifestación de la brutal concentración de poder y riqueza promovida por el neoliberalismo– ha tenido un efecto de potenciar lo que Eduardo Galeano menciona como “la dictadura de la imagen única”. El contexto donde nos encontramos está marcado por una cre-

ciente polarización que pone riqueza, poder y potentes medios técnicos de un lado, y la enorme capacidad de movilización que tenemos los pueblos.

En ese sentido, consideramos estratégico trabajar para que los movimientos sociales tengan sus propios medios de comunicación. Y esto por una razón elemental: en ello se juega la autonomía de un sujeto social. No depender de otros, requiere crear medios propios, dirigidos por los propios integrantes del movimiento, con su propia estética, con su palabra e ideas.

Los medios de comunicación y la comunicación en sí misma, se desenvuelven en la vida cotidiana plagada de marchas y contramarchas, búsquedas y sueños por un continente más justo; luchas emancipadoras de nuestra América Latina por superar las enormes condiciones de desigualdad y dotar de dignidad la vida de nuestros pueblos. La comunicación habita en el lugar en que personas y grupos se constituyen como sujetos de esas prácticas sociales.

El sentido de la comunicación burguesa

Los medios de masas son los principales aparatos ideológicos de la burguesía, cuyo papel es el de reproducir la dominación de los grandes intereses financieros y oligárquicos mundiales. Al presente, la derecha latinoamericana ha superado su confusión provocada por las derrotas electorales y está desarrollando desde 2008, una contra-ofensiva cuyo fin es recuperar espacios perdidos.

En términos ideológicos: los medios de comunicación se han transformado en los nuevos partidos de la burguesía. A través de ellos, están llevando a cabo todo tipo de terrorismo ideológico y mediático frente a los procesos políticos más avanzados y sobre todo contra nuestras luchas sociales. Estamos viviendo una fuerte mediatización de la sociedad. De ahí que nuestro objetivo

como movimientos sociales es acabar no solo con el latifundio de la tierra y del conocimiento, sino también con el latifundio mediático. Por eso el tema de la comunicación pasa a superar la perspectiva instrumental para convertirse en un objetivo estratégico, lo que implica definir objetivos, saber para qué queremos comunicar, por qué queremos comunicar, con quiénes, qué mensajes queremos compartir, qué debates generar, y todo esto debe ser coherente con las líneas y principios de los movimientos. Lo cual implicará un debate al interior del movimiento, pues cuando sepamos el “para qué” podremos saber “qué” medios sirven o no para llegar a los objetivos.

Desde la CLOC-VC hemos identificado 5 funciones de los medios de comunicación al servicio de las élites:

- 1. Cooptar mediante el personalismo.** Los medios de comunicación gustan personalizar e individualizar la lucha, muestran historias de una persona que “ganó” por su propio esfuerzo, por sus propios méritos, celebrando el individualismo. Desde la CLOC-VC rechazamos estas prácticas, todos y todas pueden y deben representar al movimiento.
- 2. Dividir:** aquí también se están aprovechando del personalismo, las estrellas y los iluminados del movimiento. Muchos medios comparan las declaraciones de los líderes, inventan corrientes y fracciones, para dar la idea de que el movimiento no es unido.
- 3. Criminalizar:** La línea de los medios de comunicación en general es crear un estigma de las luchas sociales. Convierten una lucha legítima en un crimen. Desde la CLOC-VC consideramos que la criminalización de la lucha social es una tentativa política de transformar las acciones en transgresiones merecedoras de persecución, presión y, hasta de muerte. Mediante la criminalización intentan crear una idea en la sociedad que hay que combatir y destruir el movimiento, y lo hacen distorsionando el verdadero sentido de la organización de los movimientos. Lo cierto

es que la burguesía teme a la gente pobre, organizada y pensando por sí misma, sin la intermediación de los políticos tradicionales.

4. Imponer agendas

5. Invisibilizar las luchas

No se trata de evadir a los medios de comunicación de la burguesía, creemos que es necesario comunicarse con la sociedad, la comunicación debe convertirse en un espacio de disputas, de nuevas alianzas y de diálogo con los otros. Es importante inaugurar otra lógica, darnos a conocer a través de los hechos que los medios de comunicación no pueden ocultar o que simplemente no quieren dar a conocer. En este contexto, insistimos en la importancia de ir desarrollando nuestros propios medios de comunicación.

Principios de nuestra práctica comunicativa: Colectivo de Comunicación de la CLOC-VC

La mujer y el hombre nuevo descritos por el Che Guevara son seres altamente dinámicos que aprenden a no dejarse oprimir externamente ni a envejecer por dentro, tienen la valentía de buscar nuevas ideas y desarrollar nuevas prácticas. Este manual pretende dar algunas pautas para comunicar desde una perspectiva liberadora, solidaria e incluyente, que privilegie el modelo dialógico de la comunicación popular, y eso pasa, primero, por dar testimonio de las diferencias entre las construcciones sociales de las y los revolucionarios y las que intenta imponernos el discurso reaccionario de la dominación. Es así que la comunicación se convierte en un espacio de disputa política, parte de la lucha por la hegemonía cultural: comunicación implica información, formación y sentidos (valores).

En ese contexto, resta preguntarnos ¿Cuál es el sentido principal que queremos transmitir? ¿El agotamiento de un modelo de civilización y del status quo que lo sostiene? ¿Su superación por

otro modelo de sociedad? De esta manera el trabajo de comunicación toma un carácter dialéctico: construye discurso hacia fuera de las organizaciones y construye organización internamente.

Nuestros Principios Ideológicos

1. Comunicar desde el compromiso con los cambios sociales protagonizados por los pueblos, por lo que nuestras prácticas comunicativas no son solo un vehículo de información, sino que deben contribuir constantemente a los procesos de formación de las organizaciones que forman parte de este movimiento y que se vinculan con nuestros principios y luchas.
2. La producción de sentidos, para desmontar y cuestionar la cultura de la dominación – ser una comunicación contrahegemónica con sentido de clase, tanto en contenido como en forma.
3. Coherente con las concepciones que nos unen en la lucha, estar ligada a los procesos de resistencia y lucha por las transformaciones.
4. Promover a formación política y técnica en comunicación popular para la militancia del colectivo de comunicación. Seguir promoviendo espacios como la ESCUELA DE COMUNICACIÓN POPULAR DE LA CLOC-VC.
5. Visibilizar y respetar las diversidades de género, multigeneracional y de culturas, sus lenguajes y saberes, para darle mayor profundidad a nuestras actividades como comunicadorxs (Respeto a la cultura humana).
6. Basada en una concepción global de los procesos como parte de la lucha contra el capital. Nuestra comunicación no puede reflejar solamente instantes, reacciones o coyunturas, debemos expresar procesos. No debemos caer en el peligro del “denuncismo”.
7. Potenciar todos los instrumentos de agitación y propaganda, entre ellos el teatro, las artes plásticas, el arte de la calle, la música.

Nuestros Principios organizativos:

1. Fortalecer la comunicación interna y externa de la CLOC VC.
2. Socializar los alcances de la CLOC-VC tanto regional, nacional y continental.
3. Animar para que en cada organización haya un colectivo de comunicación. No hace falta que los militantes sean periodistas, pero tienen que tener un profundo compromiso y gusto por la comunicación. Así va acumulando informaciones, conociendo cómo funcionan los medios y podrá ir formando a nuevas compañeras y compañeros, para ser el referente.
4. Promover y fortalecer la participación de la juventud y de las mujeres en el Colectivo de Comunicación de la CLOC-VC.
5. Trabajar conjuntamente con las otras comisiones y articulaciones de la CLOC-VC
6. Dentro del Colectivo de comunicación debemos potenciar la construcción de una estrategia comunicativa común que tenga como base nuestras luchas, donde cada interés específico de una organización o movimiento sea apropiado por otros con el propósito de generar estado de opinión, presión y movilizaciones solidarias. Esto debe ocurrir sin perder ese vínculo con problemas y luchas reales de los movimientos sociales de nuestros países, con nuestras organizaciones, lo que muestra un compromiso real y tangible. A veces en los espacios de articulación más amplios, internacionales, se puede caer en este error. Lo uno no omite a lo otro.

Por la tierra y la soberanía de los pueblos
¡América Lucha!

Coordinadora Latinoamericana de
Organizaciones del Campo / La Vía Campesina

Fuente: http://movimientos.org/show_text.php3?key=22033



Estrategia de Comunicación de La Vía Campesina Centroamericana

(Extractos)

Contexto de la comunicación en La Vía Campesina de Centroamérica

La CLOC¹-Vía Campesina reconoce que el tema de la comunicación es un pilar muy importante para su desarrollo, porque además de ser un arte, significa reciprocidad que modifica la conducta humana y sobre todo es un instrumento que permite enfrentarnos ante el sistema neoliberal que impera en la sociedad.

De manera general se puede indicar que los medios de comunicación privados son un sistema de comunicación que responden al gran capital, a las grandes transnacionales y a la derecha, es evidente que los movimientos sociales no son prioridad para ellos, son pocos los periodistas y los medios con los que se tiene relación para que puedan divulgar las actividades del movimiento campesino, más bien están orientados a promover el consumismo, sensacionalismo y el amarillismo.

[...]

Entre las fortalezas con las que cuenta la región podemos mencionar:

- Se cuenta con medios escritos progresistas, algunas organizaciones ya tienen espacios en estos medios, sobre

1 Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo.

- todo en radios comunitarias.
- Los líderes y líderesas manejan la información, por la experiencia acumulada en los temas de género, Reforma Agraria, Soberanía Alimentaria, Tierra y territorio, perfectamente pueden ser líderes de opinión.
 - Se cuenta con un sitio web en la red, www.movimientos.org, lo que ha permitido que la CLOC-Vía Campesina se dé a conocer a nivel internacional.
 - También, se elaboran documentos de carácter informativo y educativos enfocados a los principales ejes temáticos y con los que se ha logrado conseguir una buena comunicación interna y lograr mantener bien informadas a las bases.
 - Como organizaciones campesinas se cuenta con dirigentes y dirigentas que hacen alusión al arte y la cultura popular, otra de las formas de comunicarnos, de transmitir mensajes y de llegar a los públicos metas.
 - Actualmente existe un equipo de comunicación en la región que tiene sus herramientas de trabajo y que ya está realizando el trabajo de comunicar e informar a todos los miembros de La Vía Campesina en Centroamérica, Vía Campesina internacional, medios de comunicación, y otras redes y organizaciones.
 - Se cuenta con un boletín electrónico quincenal que circula con información sobre las diversas actividades que realiza el movimiento campesino en la región.
 - Con revistas impresas, una por país, donde se publica bimensualmente todo el trabajo de las organizaciones de la Vía Campesina y donde se refleja el interés de las bases.
 - Se cuenta con una página web propia de la Vía Campesina en Centroamérica: www.cloc-viacampesina.org.

Movimiento de mujeres:

La comunicación con enfoque de género

El movimiento de mujeres, cuando se reactiva a partir de los años 60, asume como un tema importante la crítica y combate a las imágenes estereotipadas y degradantes de las mujeres que proliferan en los medios de difusión. Se denuncia que contribuyen a perpetuar el sexismo y a reforzar roles tradicionales, a la vez que invisibilizan los nuevos roles y protagonismos que las mujeres van asumiendo en distintas esferas del quehacer público. Las estrategias se centran, en ese momento, en sensibilizar a directores de medios (el uso del masculino no es inocente), periodistas y publicistas para que modifiquen el tratamiento. Sin embargo, con el tiempo, esta estrategia muestra sus limitaciones, pues poco cambia.

Para los años 90, cuando en la IV Cumbre Mundial sobre la Mujer de Naciones Unidas (Beijing 1995) se retoma el tema, varias organizaciones ponen énfasis en valorizar a la mujer no solo en su condición de objeto de la comunicación —o sea en

tanto imagen-, sino de sujeto: como mujeres actuantes, capaces de intervenir en las distintas fases y modalidades de la comunicación:

La participación democrática de las mujeres en los procesos comunicativos constituye una fuerza significativa para fortalecer el cambio, dotar de poder a las mujeres y promover la igualdad. El acceso equitativo de las mujeres en los medios masivos, redes alternativas, nuevas tecnologías de comunicación y, de manera global, en la distribución del «cyberespacio», es un elemento indispensable para garantizar la igualdad entre los géneros¹.

Para 1995 se comienza a realizar una serie de estudios mundiales quinquenales sobre las mujeres en los medios, por iniciativa de la Asociación Mundial de Comunicación Cristiana -WACC-, junto con otras organizaciones, que arroja datos reveladores sobre la marginación sistemática de las mujeres, en comparación a los hombres, en tanto fuente de opinión, conocimiento y experticia, sobre todo en los temas más relacionados con el poder (política, economía). Situación que registra una ligera mejoría en las décadas siguientes, sin que haya cambios de fondo. También se constata una casi total marginación de las mujeres de puestos de alta dirección en los medios.

Entre las principales propuestas y reivindicaciones de organizaciones de mujeres en materia de comunicación, en los últimos tiempos, podemos resaltar, en síntesis:

1 Área Mujeres ALAI. **La comunicación global y el acceso a las nuevas tecnologías, como un derecho democrático para las mujeres**, documento presentado a la Reunión Regional Preparatoria de América Latina y el Caribe para la IV Conferencia Mundial de la Mujer, Mar del Plata (Argentina), septiembre de 1994.

- La promoción de un enfoque de género en la comunicación, entendida como: una comunicación que contribuye a superar la desigualdad y los desequilibrios de poder entre hombres y mujeres en la sociedad.
- La eliminación de imágenes y retratos degradantes de las mujeres, especialmente en los medios audiovisuales, en la publicidad y los videojuegos. Y ligado a ello, la no mercantilización del cuerpo de las mujeres en los medios (por ejemplo, para promocionar la venta de productos de cualquier tipo).
- Políticas de igualdad de género en el ámbito laboral de la comunicación, en particular respecto a los puestos de dirección.
- La participación de mujeres en espacios de decisión en el ámbito comunicacional.
- Uso de un lenguaje incluyente y no sexista.
- Una cobertura mediática más ética en temas de violencia contra las mujeres, para evitar el sensacionalismo y no revictimizarlas.
- La formación y capacitación en comunicación para mujeres, en particular para comunicadoras y para lideresas y portavoces de las organizaciones sociales.
- La apropiación de tecnologías y destrezas técnicas por las mujeres.
- El acceso a recursos comunicacionales y su control por parte de las mujeres.
- El desarrollo de nuevos parámetros y una nueva estética de la comunicación, que valore a las mujeres, no solo, ni principalmente por su apariencia física, cuanto que por sus distintos aportes a la sociedad.

En las páginas que siguen, presentamos la síntesis de un proceso desarrollado en el seno de la Minga Informativa de Movimientos Sociales sobre este tema, como también las reflexiones y experiencias de la Marcha Mundial de las Mujeres respecto a mujeres y comunicación.

Sally Burch / ALAI



Agenda de comunicación y género

Preámbulo

Nosotras, mujeres integrantes de movimientos sociales de América Latina y el Caribe, hemos iniciado un proceso de articulación en torno a género y comunicación. Somos parte de las organizaciones, redes y coordinaciones sociales que vienen articulando sus luchas por construir sociedades más justas, incluyentes e igualitarias, en oposición al modelo imperante que coloca al mercado y a las ganancias particulares por delante de las necesidades humanas, y que en conjunto han venido construyendo la Minga Informativa de Movimientos Sociales, como iniciativa colectiva de comunicación.

Nuestra participación como mujeres en los movimientos sociales y las comunidades humanas es fundamental. Durante milenios, hemos desarrollado conocimientos que la historia y la ciencia oficial no reconocen y que hoy estamos empeñadas en rescatar. Seguimos realizando aportes sustantivos, en conocimientos, ideas y acciones, para mejorar nuestras condiciones de vida y las de nuestras comunidades y de la humanidad.

En los últimos años, las mujeres hemos afirmado un liderazgo y elaborado propuestas innovadoras en temas como: la construcción de un nuevo modelo de desarrollo o de vida, la soberanía alimentaria, la defensa de las fuentes de vida, la economía solidaria, la paz y la no violencia, los derechos humanos y derechos de las mujeres y de los pueblos, el reconocimiento de la economía del cuidado o la defensa de lo público en la educación y la comunicación, entre muchas otras áreas. Hemos estado en

primera fila en las luchas de resistencia al “libre comercio”, a la privatización o desmantelamiento de los servicios públicos, en defensa de nuestras tierras y territorios, y otras más.

Por lo mismo, es fundamental que podamos compartir con la sociedad –en igualdad de condiciones– nuestra opinión, nuestras acciones e ideas. No obstante, el sistema actual de comunicación nos excluye y nos discrimina.

Estudios internacionales¹ demuestran que el mundo que vemos en las noticias es un mundo donde las mujeres son virtualmente invisibles. Sólo el 21% de los temas de noticias –las personas que son entrevistadas o sobre quienes las noticias hablan– son mujeres. Por cada mujer que aparece en las noticias, hay cuatro hombres. La opinión especializada en las noticias es abrumadoramente masculina. El 83% de los expertos y el 86% de los voceros son hombres. Como autoridades y expertas, las mujeres rara vez conforman las noticias.

Los estereotipos continúan reproduciéndose en la propagación de noticias en el mundo, los informes sexistas se extienden a una amplia gama de temas, como deportes, crímenes, violencia e incluso política. Finalmente, si bien es cierto que ha aumentado la presencia de las mujeres periodistas, poca es la visibilidad de sus aportes, no hay un solo titular importante en que las mujeres corresponsales superen en número a los hombres.

Para las mujeres de sectores sociales marginados y grupos étnicos discriminados, la exclusión es mucho mayor; incluso en muchos casos estos medios buscan desacreditar nuestras organizaciones y criminalizar nuestras luchas.

Pero también en los medios propios de nuestros movimientos, nos consta que el espacio y la vocería de las mujeres a menudo

1 Proyecto Global de Monitoreo de Medios 2005. Reporte Monitoreo 2005. WACC WORLD

quedan por debajo de nuestro aporte real a nuestros movimientos.

La superación de esta situación apela a acciones concretas. Sin duda debemos luchar por mayores espacios en los medios masivos, porque siendo hoy la principal esfera del debate público, es nuestro derecho participar en ella. Pero también sabemos que estos medios son instrumentos de reproducción de un sistema de dominación y alienación, y por tanto no podemos confiar solo en ellos para hacer oír nuestras voces.

Ello nos plantea un reto: asumirnos como actoras de la comunicación. Como hacedoras de información y opinión. Como fuentes de conocimiento y como comunicadoras. De hecho, en nuestras comunidades, siempre hemos hecho comunicación. Pero ahora, en el mundo globalizado implica aprender también a dominar los nuevos instrumentos y destrezas de la comunicación intermediada por tecnologías y medios. Por ello, hacemos los siguientes **planteamientos**:

- 1) Nos comprometemos a fortalecer – desde las diversas perspectivas y visiones de las mujeres – la lucha contra el capital y las transnacionales, por la soberanía alimentaria y la reforma agraria, y la defensa de los bienes comunes; contra la violencia hacia las mujeres y la mercantilización de sus cuerpos; contra la criminalización de los movimientos sociales, por la desmilitarización de las Américas y la construcción del ALBA; y por el derecho a la comunicación. En este contexto, la comunicación en sus diversas expresiones debe ser parte de las estrategias de nuestras organizaciones.
- 2) Nos proponemos impulsar una **comunicación con enfoque de género**, tanto en los medios propios de nuestras organizaciones, como también en la sociedad. Ello llama a la necesidad de sensibilizar a quienes hacen la comunicación sobre su tratamiento informativo de mujeres y hombres. Procurar un mayor equilibrio entre las opiniones de mujeres y hombres conocedoras/es de los temas aborda-

dos; reflejar los aportes y problemáticas específicas de las mujeres; hacer un trato que no discrimine, evitando estereotipos y paternalismos; usar un lenguaje incluyente y no sexista. Además, para asegurar una mayor visibilidad de nuestros aportes informativos, proponemos que, a la vez que se incorpore de manera transversal este enfoque en los diversos espacios comunicacionales, también se incluyan secciones o espacios específicos sobre las mujeres en nuestros medios.

Proponemos impulsar el debate en nuestros movimientos sobre la agenda feminista, relacionándola con las demás agendas sociales, que permita generar y fortalecer espacios (presenciales o virtuales) de intercambio y construcción teórica sobre el enfoque de género, toda vez que éste es desarrollado en diversos campos de trabajo de las organizaciones y redes desde las miradas culturales que evocan representaciones, conceptos normativos e interpretaciones simbólicas desde las identidades subjetivas. Llamamos a nuestras organizaciones y movimientos a comprometerse con estas propuestas.

- 3) Nos esforzaremos por **crear y fortalecer nuestros propios medios** y por interconectarlos en redes. Es la manera que tenemos de hacer contrapeso a la comunicación dominante. En ese sentido, nos proponemos fortalecer a la Minga Informativa de Movimientos Sociales y afirmar una articulación de mujeres en su seno.
- 4) En este marco, nos comprometemos a **desarrollar una agenda informativa** a partir de nuestras propias prioridades y las de nuestras organizaciones. En tal sentido, hemos definido los siguientes ejes temáticos como prioridades comunes continentales, que proponemos desarrollar desde la perspectiva de las mujeres, destacando tanto nuestros aportes teóricos y propositivos para la construcción de un nuevo modelo de sociedad, como nuestras

prácticas y avances concretos:

- a)** Frente a la crisis alimentaria mundial y el cambio climático, destacar las propuestas de las mujeres, como:
 - soberanía alimentaria, preservación de las semillas criollas y productos ancestrales;
 - lucha por tierras, territorio y agua (fuente de vida); reforma agraria.
 - defensa de la canasta básica.
 - preservación del medio ambiente; defensa de los bienes (“no recursos”) naturales y construcción de nuevas relaciones con el medio.

- b)** La integración de los pueblos en condiciones de igualdad, que contempla entre otros:
 - el balance desde la perspectiva de las mujeres sobre los procesos de integración regional.
 - luchas frente a las transnacionales y el capital extranjero; a los Tratados de Libre Comercio; a los Acuerdos de Asociación con la Unión Europea.
 - incidencia en proyectos como Petrocaribe, ALBA (Alternativa Bolivariana para las Américas), Banco del Sur, con propuestas desde las mujeres.
 - impulso de una comunicación solidaria que promueva la hermandad entre los pueblos.

- c)** Autonomía económica de las mujeres:
 - El derecho de las mujeres a la tierra y al crédito
 - Reconocimiento del trabajo doméstico y de la economía del cuidado.
 - Salarios iguales para trabajo igual.
 - Iniciativas de economía social y solidaria.
 - Luchas contra la explotación laboral de las niñas.
 - Acceso al conocimiento y a la formación

- d)** Luchas por la igualdad y contra las discriminaciones de todo tipo:

- contra el racismo,
- contra la mercantilización de los cuerpos de las mujeres
- contra la pérdida de identidad.
- igualdad de oportunidades para mujeres afrodescendientes e indígenas; combatir prejuicios.
- por la participación igualitaria de las mujeres en espacios de toma de decisiones e incidencia política de las mujeres.
- promover oportunidades para la juventud; educación igualitaria.

e) Luchas contra todo tipo de violencia:

- doméstica, sexual, feminicidio.
- La violencia estructural; la criminalización de los movimientos sociales;
- la violencia contra migrantes y poblaciones desplazadas.

f) Defensa de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres.

g) Comunicación y cultura:

- la apropiación de la comunicación por parte de las mujeres; derechos de la comunicación; construir alternativas comunicativas;
- deconstruir estereotipos y construir una nueva imagen de las mujeres desde sus aportes. Sensibilizar a las mujeres jóvenes sobre la imagen mediática de las mujeres y la violencia.
- Rescate de la cosmovisión indígena.

5) A fin de poder llevar adelante estas propuestas, una exigencia fundamental es profundizar en comunicación y en género como temas transversales a todos los programas de formación. Hemos identificado, entre otras necesidades:

Movimientos convergentes en comunicación

- Potencializar la formación política y la capacitación de las mujeres de nuestras organizaciones.
- profundizar colectivamente –entre mujeres y hombres– la reflexión sobre enfoques de género y sus implicaciones para la comunicación en los movimientos sociales.
- desarrollar una formación dirigida a las dirigencias, para que tengan un mejor manejo de los códigos de la comunicación y de su rol de portavoces ante los medios, y mayores elementos para adoptar políticas y estrategias de comunicación.
- desarrollar una formación dirigida a comunicadoras y comunicadores y otros/as responsables de comunicación de nuestras organizaciones, en técnicas y destrezas para una comunicación más efectiva, y para incorporar un enfoque de género combinando los conocimientos teóricos y prácticos.
- para que la formación pueda tener un efecto multiplicador en nuestras organizaciones, una prioridad será formar formadoras y formadores en comunicación, y con sensibilidad y conocimientos de género.

6) Planteamos a la Minga Informativa de Movimientos Sociales, y a nuestras respectivas redes y coordinaciones, que **adopten estas propuestas como política propia**, particularmente en sus espacios y actividades de difusión y en sus programas de formación. Además, nos proponemos impulsar en el seno de la Minga Informativa una política de comunicación desde las mujeres.

** Documento elaborado por consenso en los tres Talleres de Comunicación y Género de la **Minga Informativa de Movimientos Sociales**, realizados en Quito (región andina), Managua (región Mesoamérica-Caribe) y Sao Paulo (región Cono Sur) entre julio y agosto de 2008.*

Fuente: <http://www.movimientos.org/mujeres/agenda.php>



Comunicación: un debate estratégico para las mujeres

Marcha Mundial de las Mujeres

Los medios de comunicación de masa (radio, televisión y periódicos de amplia cobertura) ocupan hoy un rol cada vez mayor y más decisivo en la formación de la opinión pública y en la difusión de ideas y valores. En muchos casos, estos tienen sus propios intereses y, cotidianamente, difunden una determinada ideología, lo que contradice su propio discurso de neutralidad u “objetividad”. Al mismo tiempo, son controlados por grandes corporaciones o algunas familias, poderes que no representan la diversidad de la sociedad. En ese escenario, se da una represión a quienes intentan disputar ideas (a través de las radios comunitarias o blogs) o existen obstáculos económicos para producir medios propios de alcance nacional. Fue a partir de ese análisis que el Comité Internacional (CI) de la Marcha Mundial de las Mujeres (MMM) hizo una discusión estratégica sobre comunicación en su reunión realizada entre el 25 y el 29 de marzo de 2011, que contó con la participación

de Bia Barbosa, militante de la organización y del Colectivo Intervozes, movimiento que actúa en la lucha por la democratización de los medios de comunicación.

Bia aportó datos sobre la situación de los medios de comunicación, actualmente caracterizada también por la mercantilización de la información: pasa a ser una mercancía uniforme, casi un discurso único, por más que se tenga una aparente pluralidad de medios. Así, los medios de comunicación, que deberían ser un espacio democrático de expresión de la sociedad, se tornan una zona autoritaria, de legitimación y difusión de prejuicios, estereotipos y desigualdades sociales. En relación con las mujeres, cuando no refuerzan, legitiman un determinado lugar y rol de la mujer en el mundo.

Tal discurso único es fortalecido con otra característica intrínseca al capitalismo: la concentración a nivel global de los medios de comunicación. Hace una década, había 10 grandes empresas de comunicación y hoy hay solamente cinco conglomerados mundiales, lo que garantiza que el discurso único sea global y más común, transmitido a través de agencias de noticias, que alimentan medios de comunicación nacionales, como es el caso de la CNN.

La concentración implica también cambios en el proceso de producción de la noticia, pues un mismo material es reproducido en distintos medios (impreso, televisivo, radiofónico, internet). Esto ha significado al mismo tiempo la reducción del número de trabajadores/as en el sector, con la consiguiente explotación, más intensa, de los que quedan y un mayor control de lo que se publica. Sin embargo, también hemos visto el surgimiento de voces alternativas, como la red árabe Al Ja-

zeera, que intenta visibilizar discursos a contracorriente de las grandes redes.

La presencia de las mujeres en los noticieros

En ese contexto de concentración de los medios de comunicación y de mercantilización de la información, los noticieros aún presentan un mundo donde los hombres son la mayoría en todas las áreas de la actividad humana – aunque esto no se corresponda con la realidad. La investigación *¿Quién figura en las noticias?*¹, publicada en 2010, constató que, ante el ritmo actual de cambios, aún nos llevará 40 años para alcanzar un equilibrio de la presencia de la mujer frente a la de los hombres. La investigación, que se realiza cada cinco años, hizo un monitoreo de la representación de la mujer y de los hombres en periódicos de 108 países.

La investigación mostró que, en la prensa escrita, solamente el 24% de los personajes que aparecen en los noticieros son mujeres. Entre 2005 y 2010, la presencia de la mujer creció, pero solamente en algunos tipos de contenidos periodísticos como, por ejemplo, en ciencias y salud (de 22 a 32%) que representan un porcentaje muy pequeño del conjunto de noticias. En general, un tercio de las noticias es sobre política y gobierno y en ese espacio, la presencia de las mujeres es de solamente el 14%. Incluso en áreas donde ellas constituyen la mayoría, los hombres siguen siendo más escuchados como, por ejemplo, en la educación. El 70% de las personas entrevistadas fueron profesores hombres. De forma similar ocurrió en el sector de

1 Disponible en el sitio www.whomakesthenews.org para descargar en castellano, inglés, francés y árabe.

la salud (69%), en la abogacía (83%), en la investigación científica (90%). Las mujeres solamente resultaron mayoría en dos casos: cuando se habla del cuidado de la casa (en ese caso, 72% de las personas entrevistadas fueron mujeres) y en entrevistas en la esfera estudiantil (54% mujeres).

La investigación muestra además que hay dos veces mayor posibilidad de que la edad sea mencionada y cuatro veces, de hablar de la relación familiar cuando la entrevistada es una mujer. La exposición de la imagen de la mujer también es mayor que la de los hombres: en un tercio de los casos, entre todas las personas interpeladas, la fotografía de la mujer predomina frente a un 15% perteneciente a los hombres. En general, en el 16% de las noticias las mujeres son presentadas como víctimas, mientras los hombres, aparecen de esa forma en un 5%.

La desigualdad de género fue tema solamente en un 6% de las noticias globales; en América Latina las informaciones hablan más de las desigualdades de género que en otras parte del mundo (con la triplicación de noticias entre 2005 y 2010). En conjunto, el 46% de los artículos refuerzan estereotipos sobre la mujer en vez de cuestionarlos. La situación solamente cambia cuando son mujeres periodistas las que escriben: en esos casos las oportunidades de escuchar la perspectiva de las mujeres es mayor, así como el cuestionamiento a los estereotipos.

En el debate que siguió a la presentación de Bia, se complementó que la presencia de las mujeres se incrementa, pero como imagen, no como protagonista activa de la información. De esa forma, en México, por ejemplo, se ve a las mujeres como comentaristas de espectáculos, noticieros, siempre en pareja con un hombre y siempre en noticias que justifican las

actitudes violentas hacia las mujeres como daños colaterales. Hay graves ausencias también en cuanto al uso de un lenguaje incluyente. Tales datos permiten concluir que los medios de comunicación de masa refuerzan una perspectiva patriarcal hacia las mujeres, en la medida que invisibilizan y no valorizan su trabajo, así como refuerzan la división sexual del trabajo, esencial para la reproducción del capitalismo.

Democratizar la comunicación

El aumento de la desconfianza y del cuestionamiento sobre los medios de comunicación de masa y el desarrollo de una visión crítica hacia los mismos es un fenómeno reciente en todos los países. Por parte de los movimientos hay un incremento – aún en ritmo lento – de la conciencia sobre el rol negativo de estos hacia la lucha de las mujeres y de los pueblos y sobre la necesidad de luchar por su democratización para que haya una mayor diversidad de voces y opiniones de todos los segmentos de la sociedad (negro, indígena, de diferentes orientaciones sexuales, de personas discapacitadas, de sectores de izquierda, etc.). El crecimiento de los medios “alternativos” como radios comunitarias y las posibilidades comunicativas de la Internet contribuyeron mucho para la disputa de ideas y para que nuestro mensaje llegara al conjunto de la sociedad.

Frente a la industria cultural y a la concentración de los medios de comunicación de masas, gana cada vez mayor peso esta lucha que se suma a la que avanza por la libertad de expresión. No es suficiente poder estar en plaza pública con las demandas y perspectivas de las mujeres si la libertad para colocar ese discurso no está garantizada de forma plena también en los medios.

El derecho a la comunicación comprende otros tres: al conocimiento, a discutir y a comunicar contenidos (de ficción y publicidad también, no solo para noticieros periodísticos). Los movimientos históricamente se organizan para crear informaciones y otros contenidos sobre sus luchas, pero esa producción aún queda restringida al propio movimiento o al ámbito de la sociedad civil organizada. En la mayor parte de los países, aún no se ha conquistado ese derecho a difundir contenidos propios a través de los medios de comunicación de masa, que todavía tienen, como apuntábamos, la mayor incidencia en la formación de la opinión pública, valores y cultura de los pueblos. Por ejemplo, en Mali, además de pagar para que los medios (privados o estatales) vengán a cubrir determinada actividad, hay que ofrecer alimentación y transporte a los profesionales de la prensa. Por eso, es clave luchar por el derecho a la comunicación, lo que en algunos países implica que el Estado garantice políticas de acceso, producción y difusión y, en otros, significa además posicionarse contra la censura estatal.

Por ejemplo, en América Latina, hay una gran lucha por transformaciones en las leyes que dirigen y regulan el sector de la comunicación. El avance más reciente fue en Argentina, donde la Ley del Audiovisual garantiza que un tercio del espacio del espectro de los medios de comunicación sea dedicado a la comunicación comunitaria, lo que permitirá a los movimientos sociales difundir sus agendas y luchas. Ya en muchos países de Europa y América del Norte, por ejemplo, en donde el derecho a difundir contenidos ya existe, eso significa luchar para que no haya retrocesos y profundizar conquistas. En países como Francia, Inglaterra, Quebec y Suiza, cada vez menos el Estado financia la comunicación pública y cada vez más deja para el mercado la función de informar y, supuestamente, garantizar la libertad de expresión.

Durante el debate, se relató también cómo, aunque el movimiento invierta mucha energía y tiempo para sensibilizar a las y los periodistas (por medio de *releases*, ruedas de prensa bien divulgadas, asesorías de comunicación, publicación de investigaciones, etc.), las luchas que son de interés público enfrentan resistencia desde los propietarios de los medios, que impiden la difusión de tales agendas, sea para preservar negocios privados, como para no entrar en conflicto con otros grupos de poder, entre ellos, grupos religiosos co-propietarios del medio. Eso pasó por ejemplo en Pakistán, donde una serie de esfuerzos para tratar en los medios distintos aspectos de la violencia hacia las mujeres (asedios sexuales, desigualdades salariales, etc.) devinieron una emisión sensacionalista que ponía violador y violada frente a frente. También en ese país, organizaciones de derechos humanos llamaron a una rueda de prensa de presentación del informe sobre 7 mil desaparecidos (niñas, niños y adultos), con la presencia de 200 mujeres que testimoniaron casos. La rueda contó con la participación de más de una centena de periodistas y varios medios de comunicación, pero al día siguiente ninguna línea fue publicada: el asunto había sido censurado por la dirección de los medios.

Existen excepciones, como Filipinas, donde aún hay espacio para que periodistas con visión crítica publiquen artículos de interés público en grandes medios de comunicación.

Desde Brasil, se relató también cómo hay un abordaje diferenciado y más positivo de los medios de comunicación de masa de alcance local –que muchas veces están más cerca de las mujeres con quienes pretendemos vincularnos prioritariamente– en oposición a la cobertura de los medios nacionales.

Los medios en la criminalización de los movimientos

En las distintas intervenciones del CI, se observó el rol ejercido por los medios de comunicación de masas en la difusión de prejuicios y en la criminalización de las luchas llevadas adelante por los movimientos sociales. En Quebec, son cada vez más comunes, por ejemplo, las “radio basurero”, capaces de llamar a manifestaciones de 50 mil personas para exigir la construcción de un estadio deportivo pero que, por otro lado, defienden intereses y organizan acciones a favor de la privatización de servicios públicos, además de criticar a los movimientos que demandan mejores salarios, más acceso a la salud y a la educación. Entonces ponen énfasis en “masculinismos”, es decir, crean noticias sobre hombres que son víctimas de violencia por parte de sus parejas mujeres. Además, hay un límite en la acción de los y las profesionales más críticos, censurados o retirados de sus emisiones cuando contrarían intereses poderosos, y muchas veces, dimitidos cuando no cumplen con la obligación de cubrir temas que tienen mayor demanda del medio.

Las radios públicas no escapan a ese tipo de influencia según la prioridad y orientación de los partidos políticos en el gobierno. Así, gobiernos conservadores tienden a cortar recursos de programas dirigidos a análisis y reflexión y mantener emisiones de entretenimiento. Otro elemento común en los medios es explotar las prioridades de los movimientos de forma negativa, por ejemplo, en Quebec, visibilizan a la ministra de la condición femenina (del partido conservador) que dice que la MMM no es representativa de las mujeres porque, según ella, se ocupa de la violencia y la pobreza entre las mujeres, pero no de las profesionales.

Retos para las feministas

Pensar cómo las mujeres feministas queremos ser vistas en los medios es un reto. Podemos distribuir un mensaje, pero no tenemos control sobre cómo va a ser recibido y transformado. En general, los grandes medios buscan a figuras, expertas, personas de destaque y eso entra en conflicto con los principios del feminismo y de muchos movimientos, que ponen énfasis en la horizontalidad, la igualdad, en el colectivo y donde los problemas son sociales y no individuales. Eso termina por provocar situaciones de exclusión voluntaria de las feministas de esos espacios.

Las desigualdades de género también están presentes en los medios alternativos y públicos que muchas veces reproducen estructuras no democráticas de funcionamiento, donde ni los contenidos ni la participación de las mujeres son mejores que en los medios comerciales. Eso se suma a la falta de sostenimiento financiero: en general, la mayor parte del trabajo en esos medios es voluntaria, con pocos recursos materiales y humanos, entonces es difícil mantener una programación permanente, con producción de información regular y formatos accesibles para las audiencias, capaces de competir con medios de masas.

Otro reto es presionar a los medios para que utilicen el lenguaje incluyente con perspectiva de género, y que interpreten al mundo de otra forma. Eso se une a iniciativas de monitoreo sobre cómo los medios tratan a las mujeres y de análisis de cobertura para ver si está presente nuestra visión del mundo y planteamientos.

Pero no se puede ignorar que, en América Latina, principalmente en los años 80, fue con el trabajo hacia los medios y la comunicación en general que una parte de las feministas se institucionalizó (con mucho respaldo de fundaciones norteamericanas) por, supuestamente, tratarse de una herramienta más “eficiente” que el trabajo con mujeres de base. Hubo una reorientación a partir de los intereses de agencias hacia la “eficacia”. Y eso fue lo que la MMM cambió, al priorizar la subversión de esta situación y priorizar la movilización real de las mujeres (aunque los medios de comunicación, por las razones ya mencionadas, no den la debida visibilidad a tales acciones).

“Ponga en el muro, no en Facebook”

Incrementar la utilización de los medios digitales disponibles en internet (especialmente email, listas, blogs y skype) es otro desafío que los movimientos enfrentan. Existe una división digital que no es una realidad solo de países africanos, sino también para naciones de Europa y América del Norte. Hay una parte de las feministas que, con excepción del email, rehúsa la utilización de otras herramientas disponibles.

La crítica se relaciona también con un sentimiento cada vez más común de que herramientas como las redes sociales (el Twitter y el Facebook, principalmente) están inmovilizando y sustituyendo la acción concreta en las calles. Prácticamente nada se menciona cuando un llamado a movilización hecho por medio de las redes sociales fracasa. Las revoluciones en Túnez y Egipto muestran que tales medios no organizan luchas por si solos, sino que ayudan a ampliar y a organizar un trabajo que ya existía. Ocupar el espacio público con manifestaciones, graffitis, banderas, batucadas, sin demandar autorización, nos

hace visibles de una forma en que los medios electrónicos jamás nos permitirían. Así que es un reto utilizar las redes sociales de forma crítica, consciente de sus límites y riesgos.

¿Qué hacer?

Al pensar la comunicación, el elemento esencial a considerar es la ampliación y la organización de nuestro movimiento, aumentar fuerzas, continuar haciendo acciones que generan nuestros contenidos y más información. En ese sentido, la comunicación es parte fundamental de nuestra movilización y de nuestra organización, nos permite hacer el debate de ideas entre nosotras y directamente con la sociedad, sin el filtro de los medios de comunicación de masa.

Tenemos que seguir invirtiendo en la producción de nuestros discursos y nuestra comunicación, reforzando nuestros propios medios (boletines, sitios web, listas de intercomunicación, audiovisuales) que se incluyen en los “medios alternativos”. Para eso, es importante también promover el desarrollo de capacidades en las mujeres para producir sus propios contenidos, en distintos formatos y en relación y alianza con organizaciones que ya hacen ese tipo de trabajo. Al mismo tiempo, es necesario pensar cómo organizar nuestro discurso, qué contenidos producir y en cuál formato, con el objetivo de ampliar nuestra discusión con la sociedad. Eso significa que no se puede simplemente prescindir de la relación con los medios de comunicación de masas, pero hay que pensar cuándo y cómo hacerlo para evitar desperdicio de tiempo, recursos y energía.

En los esfuerzos comunicativos, tenemos que pensar cuál es el público prioritario de nuestras acciones, a quiénes queremos

llegar, lo que determinará estrategias diferenciadas de acción en cada momento y según cada tipo de canal (Internet, radio, prensa escrita, televisiva, etc.) En el caso de las redes sociales, por tratarse de redes construidas desde una lógica individual, hay que pensar de forma colectiva estrategias para incidir en las mismas.

Caminar al ritmo del más lento es un principio que orienta el trabajo de comunicación interna de la MMM. No es posible encerrarse en una estructura virtual muy compleja, que demanda 24 horas de acceso a Internet, cuando muchas en la MMM no tienen acceso continuo. El evento de cierre de la Tercera Acción Internacional, en la República Democrática del Congo, fue muy educativo en ese sentido, cuando vivenciamos dificultades reales por las cuales pasan las mujeres de África para comunicarse entre ellas y con el resto del mundo. Eso tiene implicaciones concretas, como el hecho de que para nosotras, por ejemplo, no basta enviar por email una propuesta de convocatoria y aguardar respuestas, hay que llamar por teléfono, alertando la importancia de leer el mensaje, etc.

Es estratégico también para el conjunto de los movimientos sociales asumir la lucha por la democratización de los medios de comunicación, que no puede estar restringida a profesionales de la comunicación o especialistas. Esa lucha significa desprivatizar el espacio mediático, para que sea de hecho un espacio público, donde los derechos de todos y todas tengan visibilidad y con eso, más posibilidad de ser asegurados. Durante la Asamblea sobre el Derecho a la Comunicación, realizada en el Foro Social Mundial de Dakar, movimientos de todo el mundo reafirmaron un plan de acción y compromisos comunes en esa lucha. Para leer la declaración de la asamblea,

haga clic en: <http://www.ciranda.net/fsm-dacar-2011/article/el-derecho-de-informar-y-ser>

Finalmente, es importante también ampliar internamente nuestra visión crítica hacia los medios de comunicación y su democratización, preparando y estimulando a las Coordinaciones Nacionales para hacer una reflexión a partir de los datos e informaciones presentadas y de sus experiencias concretas. Tal desconfianza hacia los medios aún no está presente entre muchas militantes de la MMM que, por ejemplo, aceptaron como verdad la cobertura hecha por el canal británico BBC que interpretó la acción como una iniciativa de Olive Kabenge Kabila, esposa del presidente del RDC, y no de nuestra organización.

*Artículo publicado en el Boletín de Enlace de la MMM,
Volumen 13, Número 3, Septiembre de 2011.*

Visibilizar a las mujeres como actoras sociales

Respuestas de la Marcha Mundial de las Mujeres -MMM- al cuestionario enviado por ALAI, sobre la democratización de la comunicación en su agenda política.

La democratización de la comunicación en la agenda de la MMM

La agenda de la democratización de la comunicación está presente en la Marcha Mundial de las Mujeres a partir del interés de grupos de militantes feministas que también actúan en los movimientos por la democratización de la comunicación. Además de eso, por ser esta una cuestión central en la actual coyuntura brasileña, el tema pasó a influir con más peso en la agenda de la MMM en Brasil. Hubo un proceso de articulación con los movimientos sociales que presionó por la realización de una Conferencia Nacional de la Comunicación. La MMM actuó en este marco, con cierta prioridad, y en conjunto con los movimientos de la Coordinación de los Movimientos Sociales. En este mismo proceso, se dio inicio a un debate entre

movimientos feministas sobre mujer y medios de comunicación, donde por un lado se destacaba el tema la imagen de la mujer en los medios y, por otro, temas como control social y democratización de la comunicación. Desde la MMM, la contribución sobre la imagen de la mujer en los medios se situó en un debate más general sobre la imposición de patrones de belleza y comportamiento, en el marco de una expansión de la mercantilización del cuerpo y de la vida de las mujeres. Pero además, se trataba de cuestionar los monopolios de los medios de comunicación y también la forma cómo ellos se convirtieron en un actor político en la defensa de sus intereses –capitalistas– en la coyuntura brasileña. De esta forma, el debate que aparecía sobre la necesaria diversidad y respeto a las mujeres en los medios de comunicación fue politizado, abriendo un debate más profundo, capaz de cuestionar la estructura de la comunicación en el país.

Otro camino por el cual el tema de la democratización de la comunicación entra en la agenda de la MMM es a partir de una relación regional con ALAI y los procesos de la Minga Informativa de Movimientos Sociales. Si por un lado este proceso contribuyó a la formación de militantes de la MMM para actuar en la comunicación, por otro aportó para que la comunicación fuera una agenda política, expresada por ejemplo, en Brasil, en la plataforma política de la 3era acción internacional de la MMM. Esta formulación se dio a partir de la construcción de la intervención conjunta en la Cumbre de Cochabamba, para la disputa de una integración desde los pueblos, donde se afirmó *“También la democratización de comunicación es urgente. No más intermediaciones de medios transnacionales y corporativos que imponen sus propias agendas en la comunicación, invisibilizan a las mujeres como actoras del queha-*

cer público y criminalizan la acción social. Reapropiemos la comunicación desde un sentido ciudadano, a fin de establecer diálogos entre países y pueblos que propicien el conocimiento y entendimiento mutuo”.

Estos son elementos que identificamos como importantes para que el tema de la democratización de las comunicaciones aparezca en la agenda política de la MMM: un movimiento feminista pero también anticapitalista y que, por lo tanto, construye su intervención a partir de cuestiones centrales de la disputa y redistribución del poder y la riqueza en la sociedad.

Principales reivindicaciones

Desde las articulaciones expuestas anteriormente, aparecen las cuestiones generales que unifican todo el movimiento comunicacional en Brasil y que son sintetizadas en una carta abierta de las mujeres en defensa de un nuevo marco normativo de las comunicaciones.¹

En ella se destaca la importancia de la adopción de medidas de regulación democrática sobre la estructura del sistema de comunicaciones, la propiedad de los medios y los contenidos transmitidos. Se reivindica la concretización de las resoluciones de la Conferencia de Comunicación, especialmente el Consejo Nacional de Comunicación. Se defienden mecanismos de control de la propiedad, con el establecimiento de límites a la propiedad cruzada de los medios; el fortalecimiento del sistema público y de los medios comunitarios; transparencia y procedimientos democráticos en el proceso de las concesiones

1 <http://www.intervozes.org.br/noticias/mulheres-defendem-novo-marco-regulatorio-da-comunicacao/>

de radio y televisión, poniendo fin a las concesiones para políticos; el estímulo a la producción regional e independiente, garantizando espacio para la expresión de la diversidad de género, étnico-racial y de orientación sexual; y procedimientos para responsabilizar a las concesionarias de radiodifusión por la violación de derechos humanos en los medios, entre otros.

Este documento también destaca el derecho al Internet y las disputas en torno a la organización de la infraestructura de la red en Brasil, con la garantía de neutralidad y anonimato, una de las disputas del marco civil de Internet en Brasil.

Otro elemento importante es la denuncia de la campaña, por parte de los grandes medios, de la criminalización de las luchas sociales y, en el caso de las mujeres, del papel que éstos han tenido en la criminalización de las mujeres que realizan un aborto.

Iniciativas

Además de las iniciativas comentadas anteriormente, cabe destacar que la transformación de esta agenda en pauta política pasa también por la implicación de las activistas de la MMM. En el caso de los nuevos medios y de la defensa de Internet como derecho, las militantes de la MMM se articulan con colectivos de comunicación y cultura libre, que emprenden una lucha en defensa del marco civil de Internet. Implica garantizar el mantenimiento de la libertad en la red y la neutralidad, comprendiéndolos como fundamentales para que esta infraestructura no se vuelva una forma más de control y de acumulación de capital, que impide ampliar el acceso a derechos, a producción y difusión de información, entre otros.

En este sentido, se puede citar la iniciativa de la MMM Brasil que también fue asumida por la Marcha internacional, de participar en el día de acción en la Red contra SOPA y PIPA, leyes de los EEUU pero que afectaban a Internet más allá de sus fronteras.

Líneas de trabajo interno

Además de las articulaciones, hemos hecho un esfuerzo para que las militantes de la MMM se apropien de las herramientas de la comunicación como forma de ampliar nuestra capacidad de producir y circular contenidos propios. Eso pasa por una colectivización de las responsabilidades de la comunicación no sólo en eventos y actividades, sino en lo cotidiano de la MMM, con una mayor participación de mujeres que registran actividades en audio y vídeo, y que producen textos de análisis. Aun así, es preciso apuntar que la relación con colectivos comunicacionales ha fortalecido ese proceso, no sólo en términos de aprendizajes técnicos, sino también en ampliar la perspectiva sobre el tema.

El blog colectivo de la MMM Brasil es un ejemplo de cómo ese proceso ha funcionado, y presenta la historia del mismo². Y *posts* relacionados con la cultura y la comunicación³.

En “las 24 horas de acción feminista” (10 de diciembre de 2012), la comunicación fue una estrategia fundamental para garantizar que “las 24 horas” fueran conocidas por todos los países, a través del envío de fotos para la página y de la actua-

2 <http://marchamulheres.wordpress.com/mmm/na-rede/>

3 <http://marchamulheres.wordpress.com/category/cultura/page/3/>

ción en las redes sociales, que permitió que militantes de diferentes países e idiomas se colocaran directamente en contacto.

En términos generales, la defensa de la democratización de la comunicación se inserta en uno de los campos de acción de la MMM internacional: bienes comunes y servicios públicos. En él, afirmamos que el conocimiento es un bien común y, a partir de ahí, cuestionamos procesos de propiedad intelectual. Además de eso, afirmamos la necesidad de la comunicación como un derecho, pero también como un servicio público; estar al servicio de la ciudadanía y no de los intereses del capital.

Principales obstáculos

La democratización de la comunicación es una lucha que requiere constantes articulaciones y acciones de los movimientos sociales. En la medida en que somos un movimiento feminista, pero involucrado en diversas agendas políticas compartidas, es preciso avanzar en comprender lo que puede ser nuestra contribución más concreta, a partir del feminismo, en esta lucha.

Otro desafío que tenemos es ampliar el debate en la MMM, así como ampliar las capacidades de producción de contenidos desde la propia MMM, a través de sus militantes, con lenguaje e identidad políticos comunes. (*Traducción ALAI*).

ALAI

En el movimiento sindical

La comunicación es un espacio de disputa estratégica

Las profundas transformaciones de las formas de producción y de trabajo, el desmantelamiento de las leyes laborales, entre otros aspectos, que se expanden en el planeta con el huracán de la globalización neoliberal, repercuten de manera directa y gravemente en los procesos organizativos del movimiento sindical, cuando más que a la par tiene lugar una campaña sistemática contra el sentido mismo de organización.

Ante esta nueva realidad, el sindicalismo se ve obligado a redefinir sus formas organizativas, pero también de comunicación, en tanto que, con la mediatización de la sociedad, ahora la “opinión pública” es un factor que gravita en la definición de los conflictos (huelgas, por ejemplo) que antes se dirimían en el lugar de trabajo.

En este proceso también se rediseña el mapa sindical en cuanto a las articulaciones regionales e internacionales. Una de las

expresiones de esta recomposición es la creación de la Confederación Sindical de Trabajadores/as de las Américas (CSA) el 27 de marzo de 2008, en la Ciudad de Panamá¹.

En Montevideo, Uruguay (1-2 noviembre 2010), esta Confederación realiza el “Seminario Sindical Democratización de la Comunicación en las Américas”, en donde establece que es “urgente democratizar la comunicación en nuestra región como factor indispensable para la construcción de una sociedad más justa”. En tal sentido, el tema fue abordado en su II Congreso (Foz de Iguazú, Brasil, 17-20 abril 2012) y a él se refiere la resolución 9 (ver pag. 155).

En las líneas que siguen, **Alexandre Praça**, comunicador de la CSA y uno de los organizadores del Seminario de Montevideo, responde a las preguntas formuladas por ALAI.

- *¿Cuál es la posición de la CSA respecto al tema de la democratización de la comunicación?*

La Confederación Sindical de Trabajadores/as de las Américas y sus 53 organizaciones afiliadas en 23 países de la región han asumido la democratización de la comunicación como un eje central de lucha durante el II Congreso de la CSA, celebrado en abril 2012, en Foz do Iguaçú, Brasil.

Las organizaciones son autónomas para decidir la mejor estrategia de promover la democratización a nivel nacional. Sin embargo, se comprometen a emprenderlas bajo los siguientes principios:

¹ La CSA es la organización regional de la Confederación Sindical Internacional (CSI).

Movimientos convergentes en comunicación

- a) Confrontar la concentración de los medios, recuperar el carácter público de la comunicación y promover la diversidad de actores en la propiedad mediática.
- b) Trabajar para el derecho a la libertad de expresión y su pleno ejercicio para mujeres y hombres, así como la apropiación de la libertad de información y el derecho a la comunicación.
- c) Hacer alianzas con movimientos sociales y comunitarios por una comunicación autónoma e independiente de los medios privados o de los gobiernos, para formar base popular y ganar sostenibilidad a la comunicación como un bien público y democrático.

- *¿Cuáles son las principales demandas?*

La reivindicación de la CSA sobre el tema parte de un análisis sobre el papel e influencia que tienen los grandes grupos y corporaciones mediáticas sobre el funcionamiento de nuestras democracias.

Estos grupos representan cada vez más el interés del gran capital en nuestros países. También han adquirido un protagonismo en el debate público y ocupan el espacio de muchas instituciones democráticas. Tienen además una afinada orquestación a nivel internacional. Por esta razón, en su programa de acción, la CSA reafirma la necesidad de asumir la comunicación como un espacio de disputa estratégica, de la lucha de ideas y del futuro de nuestras democracias.

Las demandas de la CSA consideran los siguientes principios:

1. La comunicación es un derecho humano fundamental que debe ser ejercido por toda la sociedad. En este sentido, es importante rescatar el papel protagónico del Estado para garantizar la libertad de expresión de todos los actores y sectores de la sociedad, asegurando las condiciones legales, tecnológicas y comunicativas para tal efecto. La lucha por la democratización de la comunicación es parte también de la reconstrucción de los medios públicos de calidad que fueron directamente atacados por la ofensiva neoliberal.
2. El espectro radioeléctrico es un patrimonio de la humanidad y los Estados son soberanos en su administración. En este sentido, son alentadoras las iniciativas de gobiernos de la región que establecen normativas legales para regular los medios radiales y televisivos, preservando la libertad de expresión.
3. La lucha por la democratización de la comunicación también busca asegurar el acceso y utilización universal de las tecnologías de la información y de banda ancha.

- *¿Qué iniciativas han emprendido?*

La CSA ha organizado una red de comunicadores sindicales que busca consolidar los principios asumidos en el II Congreso CSA a nivel interno de las organizaciones afiliadas. La red busca fortalecer la acción de la clase trabajadora y promover la solidaridad y el intercambio de experiencias positivas de comunicación entre las organizaciones sindicales del continente. Esta acción se da por medio de eventos presenciales –tales como talleres de formación y conferencias– pero también a

través de plataformas virtuales.

En otro eje de acción, la CSA y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en América Latina y el Caribe se han asociado para la difusión de información sobre las luchas de la clase trabajadora a través de emisoras comunitarias en todo el continente.

Sumado a esto, la CSA busca que las organizaciones sindicales puedan crear sus propios medios comunitarios, tanto en radio como en TV, y participar de la defensa de los medios comunitarios como importantes actores por la democratización de la comunicación.

- A nivel interno, ¿cuáles son las líneas de trabajo que desarrollan respecto a este tema?

A nivel interno la comunicación se integra al eje de autorreforma sindical. Como parte de dicho proceso, la comunicación debe ocupar un lugar central en el fortalecimiento de las organizaciones sindicales de las Américas y en su influencia sobre el conjunto de la sociedad.

La CSA en conjunto con sus afiliadas busca promover los siguientes ejes de acción internos:

- * Utilizar todos los recursos a su disposición para producir una comunicación útil y formadora no solo en temáticas reivindicativas, sino también con formas y vocabularios que visibilicen a los trabajadores y las trabajadoras, sus vidas y sus memorias. Trabajar por la profesionalización de los/as comunicadores sindicales y el fomento de

un movimiento de trabajadores y trabajadoras creadores de contenidos;

- * Utilizar las nuevas tecnologías para vigorizar la comunicación con sus afiliados, alcanzar a trabajadores y trabajadoras no sindicalizados, comunicarse con la juventud y desarrollar estrategias de formación. Las organizaciones sindicales deben promover la participación de la clase trabajadora y dirigentes en todas las tareas de comunicación y no debe tratarlos como una audiencia pasiva.
- ***Respecto a la implementación, ¿qué obstáculos destacarías?***

Todavía prevalecen importantes asimetrías entre las centrales afiliadas a la CSA respecto a la comunicación. En unas la comunicación interna y externa está asociada a su estrategia política general y concentra una importante cantidad de recursos técnicos y de personal capacitado. En otras persisten formas de comunicación de poca cobertura e impacto para el accionar sindical. Por lo general, los sindicatos aún consideran la comunicación como un instrumento, circunscrita a la utilización del medio.

Oswaldo León / ALAI



Foz de Iguazú, 17 y 20 de abril de 2012

II Congreso de la CSA

Resolución 9: Sobre Democratización de la Comunicación

1. El Congreso llama la atención sobre el papel e influencia que tienen los grandes grupos y corporaciones mediáticas sobre el funcionamiento de nuestras democracias. Estos grupos representan cada vez más el interés del gran capital en nuestros países. También han adquirido un protagonismo en el debate público y ocupan el espacio de muchas instituciones democráticas. Tienen además una afinada orquestación a nivel internacional.
2. El Congreso rechaza la formación de monopolios y oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación, que influyen en la toma de decisiones sobre el funcionamiento de la democracia y actúan como un poder de facto. En la región, se ha creado una dictadura comandada por grandes grupos económicos corporativos que manejan el latifundio mediático. Este poder les proporciona la capacidad de incidir sobre los entornos políticos y sociales e influir en la cotidianidad de trabajadores y trabajadoras.
3. El Congreso reafirma la necesidad de asumir la comunicación como un espacio de disputa estratégica, de la lucha de ideas y del futuro de nuestras democracias. La comunicación es un derecho humano fundamental que debe ser ejercido por toda la sociedad. Al mismo tiempo, los dere-

chos humanos no pueden existir sin la libertad de palabra, de prensa, de información y de expresión. En este sentido, es importante rescatar el papel protagónico del Estado para garantizar la libertad de expresión de todos los actores y sectores de la sociedad, asegurando las condiciones legales, tecnológicas y comunicativas para tal efecto. La lucha por la democratización de la comunicación es parte también de la reconstrucción de los medios públicos de calidad que fueron directamente atacados por la ofensiva neoliberal.

4. Los acuerdos de integración regional deben situar a la comunicación como un tema fundamental para el reencuentro y la solidaridad entre nuestros países. Las diferentes campañas continentales de los movimientos sociales han probado el rol preponderante de las redes, de los medios alternativos y populares, de radios y TVs comunitarias, de blogs y sitios de Internet, de video y cine social en la promoción de la integración de los pueblos.
5. El Congreso expresa su preocupación por la criminalización de la prensa alternativa y en particular de las radios comunitarias en el continente. La diversidad de comunicadores y medios comunitarios diversifican las agendas públicas para el debate y resultan en la profundización de la democracia. Las radios comunitarias son también un espacio de ejercicio de la ciudadanía y del desarrollo social. El Estado debe, por tanto, asegurar la creación de medios de comunicación por parte de los movimientos populares y las organizaciones sindicales.
6. El Congreso declara que el espectro radioeléctrico es un patrimonio de la humanidad y los Estados son soberanos en su administración. En este sentido, son alentadoras las iniciativas de gobiernos de la región que establecen normativas legales para regular los medios radiales y televisivos preservando la libertad de expresión. Para evitar

la concentración es fundamental dividir las frecuencias en tres partes, es decir, un tercio para los medios comerciales, un tercio para el ámbito gubernamental y otro tercio para organizaciones sociales. Los marcos legales deben incluir también mecanismos de auditoría social de los medios comerciales y de los estatales.

7. El Congreso señala que las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICs) han creado posibilidades significativas para las organizaciones sindicales, no solo por su bajo costo sino también por su alcance y estructura. El uso de Internet facilita el diálogo y protagonismo de los trabajadores y las trabajadoras pero también sirve para restar el control de los medios establecidos. La lucha por la democratización de la comunicación también busca asegurar el acceso y utilización universal de las tecnologías de la información y de banda ancha.
8. El Congreso subraya que prevalecen importantes asimetrías entre las centrales afiliadas a la CSA respecto a la comunicación. En unas la comunicación interna y externa está asociada a su estrategia política general y concentra una importante cantidad de recursos técnicos y de personal capacitado. En otras persisten formas de comunicación de poca cobertura e impacto para el accionar sindical. Por lo general, los sindicatos aún consideran la comunicación como un instrumento, circunscrita a la utilización del medio. Como parte del proceso de autorreforma sindical, la comunicación debe ocupar lugar central en el fortalecimiento de las organizaciones sindicales de las Américas y en su influencia sobre el conjunto de la sociedad.
9. En América Latina es preocupante la precarización laboral de los trabajadores de los medios. Muchos periodistas que aparecen como “autónomos” son verdaderos trabajadores y trabajadoras a los que se les escamotea sus derechos laborales. La precarización es promovida justamente por

las grandes corporaciones de los medios que utilizan a los trabajadores autónomos y subcontratados para no cumplir con sus obligaciones para con los trabajadores/as e impedir la organización sindical.

10. El Congreso condena todos los actos de violencia, hostigamientos y asesinatos contra periodistas que se han incrementado en diferentes países, tornando a América Latina la región más peligrosa para el ejercicio periodístico. La situación es particularmente preocupante en México, Honduras y Colombia. Al mismo tiempo crece la impunidad pues la mayoría de estos crímenes siguen sin resolverse, y los atacantes o los asesinos no se enfrentan a la justicia.

Programa de Acción de la CSA

El Congreso instruye a la CSA y a sus organizaciones afiliadas, trabajando en colaboración con sus asociados en la Agrupación Global Unions de las Américas a:

- a) Confrontar la concentración de los medios, recuperar el carácter público de la comunicación y promover la diversidad de actores en la propiedad mediática. La libertad de expresión que defendemos se opone a los intereses mediáticos corporativos que sólo ven los medios de comunicación de masas como instrumento de rentabilidad e incidencia en la toma de decisiones del poder;
- b) El Congreso trabajará para el derecho a la libertad de expresión y su pleno ejercicio para mujeres y hombres, así como la apropiación de la libertad de información y el derecho a la comunicación. El movimiento sindical aunará su esfuerzo para incidir en los procesos de cambios legislativos en materia de comunicación;
- c) Hacer alianzas con movimientos sociales y comunitarios

por una comunicación autónoma e independiente de los medios privados o de los gobiernos para formar base popular y ganar sostenibilidad a la comunicación como un bien público y democrático. Pero además de la solidaridad, también las organizaciones sindicales deben plantearse la creación de sus propios medios comunitarios, tanto en radio y TV y participar de la defensa de los medios comunitarios como importantes actores por la democratización de la comunicación. Condenar todos los asesinatos y hostigamientos contra periodistas, entre ellos los de los medios alternativos;

- d) Rechazar el maltrato laboral y pauperización de los trabajadores y trabajadoras de los medios, promoviendo la sindicalización y la negociación colectiva como instrumento para la defensa de sus derechos;
- e) Situar a la comunicación como un eje transversal de todas sus actividades y concebirla como una estrategia prioritaria en el desarrollo de sus organizaciones y en los procesos de autorreforma sindical. La comunicación sindical debe ir más allá de la tarea de informar. Debe ser convertida en una estrategia y agente de cambio para la promoción de los derechos de toda la clase trabajadora;
- f) Profundizar la acción y destinar recursos para promover la red de comunicadores sindicales conformada por delegados y delegadas de las centrales afiliadas y organizaciones fraternas. La red debe fortalecer la acción de la clase trabajadora y promover la solidaridad y el intercambio de experiencias positivas de comunicación entre las organizaciones sindicales del continente;
- g) Utilizar todos los recursos a su disposición para producir una comunicación útil y formadora no solo en temáticas reivindicativas, sino también con formas y vocabularios que visibilicen a los trabajadores y las trabajadoras, sus

vidas y sus memorias. Trabajar por la profesionalización de los/as comunicadores sindicales y el fomento de un movimiento de trabajadores y trabajadoras creadores de contenidos;

- h) Utilizar las nuevas tecnologías para vigorizar la comunicación con sus afiliados, alcanzar a trabajadores y trabajadoras no sindicalizados, comunicarse con la juventud y desarrollar estrategias de formación. Las organizaciones sindicales deben promover la participación de la clase trabajadora y dirigentes en todas las tareas de comunicación y no debe tratarlos como una audiencia pasiva.

**Confederación Sindical de
Trabajadores/as de las Américas**

Declaración completa: <http://goo.gl/4ad3l>

CUT Brasil

Para que nuestra palabra irradie cada vez con mayor potencia

A más de invisibilizar la lucha de los trabajadores, de las mujeres, negros e indígenas, los viejos medios, sobre todo en el último período, mienten y criminalizan a los movimientos sociales. Esta es una de las razones por la que la Central Única de los Trabajadores (CUT) de Brasil decide incorporar el tema de la comunicación como un eje fundamental de su agenda. Y como un hecho inédito en nuestro continente, hoy se encuentra al frente de la coordinación del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC) de Brasil, por intermedio de la socióloga y pequeña agricultora **Rosane Bertotti**, secretaria nacional de comunicación de la CUT. Estas son las respuestas a un cuestionario presentado por ALAI.

- *¿En qué medida el tema de la democratización de la comunicación es asumido por la CUT?*

Hay una lucha política e ideológica en curso en Brasil, en

América Latina y en la humanidad, sobre si seremos pueblos libres en naciones soberanas o ciudadanos de segunda categoría en neocolonias de Estados Unidos o de Europa. Los grandes conglomerados mediáticos mantienen una posición activa a favor del capital, actuando como correa de transmisión de la ideología más reaccionaria; de privatización, desmantelamiento del Estado, recorte salarial, eliminación de derechos sociales y laborales. Son emisoras de radio y televisión, periódicos, revistas y portales de internet que actúan de forma coordinada para distorsionar los hechos, invisibilizar la lucha de los trabajadores, de las mujeres, negros e indígenas. Es una conducta irresponsable y dictatorial. Así, las manipulaciones hechas por los viejos medios en el último período, al mentir, invisibilizar y criminalizar a los movimientos sociales, acabaron posibilitando que el tema fuera incorporado por nuestra Central –hasta por una cuestión de resistencia– como eje fundamental de actuación. En este sentido, nuestra intervención ha sido potencializada por una fuerte acumulación en las entidades sindicales de radialistas y periodistas que, desde siempre, contribuyeron con experiencias de mucha calidad para profundizar este debate, fomentar el conocimiento e irradiar el buen combate por la oxigenación del sector. Conociendo las entrañas de estos verdaderos monstruos de la desinformación –y del mal que ocasionan a la sociedad pero también contra los propios profesionales– esos compañeros nos ayudaron mucho, no sólo en la elaboración teórica de nuestras propuestas, sino también en la comprensión práctica de lo que significa la dictadura de estos grandes conglomerados de la comunicación.

Por la comprensión de que ésta es una batalla estratégica, hemos participado activamente del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), con la convicción de

que es preciso afirmar la necesidad de un reglamento para el sector, enfrentando la disputa con los medios comerciales, que ven la comunicación como un negocio cualquiera, que debe atender únicamente a los dueños del medio y sus anunciantes, por lo general el sistema financiero, multinacionales y grandes empresas. Afortunadamente, sumado al avance de la conciencia sobre el papel de la batalla de ideas, hay una creciente disposición política de los gobiernos del campo democrático y popular de construir leyes que garanticen la efectiva libertad de expresión, secuestrada por los viejos medios.

- *¿Cuáles son las principales reivindicaciones respecto al derecho de la comunicación?*

En este momento estamos priorizando la campaña “*Para expresar la libertad, una nueva ley para un nuevo tiempo*”, desarrollada por el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación, con la cual pretendemos hacer llegar a cada uno de los más de 5.560 municipios brasileños el debate sobre la necesidad de un nuevo marco normativo. Creemos que al popularizar esta discusión, estaremos mostrando a la población la necesidad de reglamentar lo dispuesto en nuestra Constitución Federal, fundamentalmente aquello que combate la formación de monopolios y oligopolios, y lo que garantiza la complementariedad de los sistemas privado, público y estatal. Sin eso no habrá sociedad democrática y unos pocos propietarios de concesiones públicas continuarán dictando lo que el pueblo debe oír, ver y leer. Para nosotros la comunicación es un derecho humano y, por lo tanto, le corresponde al Estado adoptar políticas públicas que lo aseguren. Sino se convierte en letra muerta.

En cuanto a la política pública, también pedimos la reanudación del proyecto original del Plan Nacional de Banda Ancha (PNBL), en el que nuestra empresa nacional de telecomunicaciones, la Telebrás, tiene un papel clave como empresa pública para articular e incentivar la construcción de una sólida base material para la universalización de los servicios. No será sometiendo a los intereses de las grandes empresas de telecomunicaciones, despilfarrando recursos públicos y aumentando los impuestos, que vamos a conseguir colocar al país en un nivel superior en este sector estratégico para el desarrollo nacional, para el avance de la educación, de la ciencia, de la tecnología. Lo que tenemos hoy es un servicio de internet lento y caro, altamente excluyente.

Es hora de pasar esta página. También defendemos un cambio en los criterios publicitarios utilizados por los gobiernos para que haya una desconcentración, pues la distribución publicitaria ha sido profundamente antidemocrática, haciendo eco de la voz de los grandes conglomerados, los mismos que atentan todos los días contra la pluralidad y la diversidad. Es preciso garantizar como prioridad los recursos para los medios públicos y comunitarios, para los blogueros, y para los periódicos alternativos, porque los medios privados ya cuentan con recursos abundantes de las transnacionales, del sistema financiero y de las grandes empresas para defender sus intereses, para divulgar la pauta del capital. El gobierno necesita priorizar la sociedad, necesita democratizar la publicidad.

- *¿Qué iniciativas han emprendido?*

Hemos buscado sumar energías y experiencias junto a los movimientos social y sindical en torno a puntos comunes, con es-

píritu amplio, de verdaderos frentes, para involucrar al mayor número de sectores, movilizandoo la sociedad para derrotar la campaña de calumnias y chantajes de los grandes conglomerados que se articulan contra cualquier cambio en la legislación sobre el tema. En este sentido ha sido fundamental, en Brasil, la acción desarrollada por el FNDC, en conjunto con la Coordinación de los Movimientos Sociales (CMS), al Frente Parlamentario por la Libertad de Expresión, y, en el campo internacional, coordinamos con la Confederación Sindical de los Trabajadores de Américas (CSA) y con la Confederación Sindical Internacional (CSI). En los espacios públicos, actuamos para participar en el Consejo de la Empresa Brasileña de Comunicación (EBC) y en el Consejo de Comunicación Social (CCS), que es un órgano de asesoramiento del Congreso Nacional brasileño.

- *A nivel interno ¿cuáles son las líneas de trabajo que desarrollan en este tema?*

Además de la acción más amplia, articulada con los demás movimientos sociales y por la democratización de la comunicación, hemos potencializado el trabajo de base para que más de tres mil sindicatos, federaciones y confederaciones afiliados a la CUT vean a la comunicación como una inversión. En el último periodo hemos fortalecido desde el punto de vista profesional y técnico nuestro Portal del Mundo del Trabajo (www.cut.org.br), así como la actuación junto a los medios de comunicación sociales, articulando una red con el conjunto de las CUTs estatales y ramas profesionales, para que nuestra palabra se irradie cada vez con mayor potencia.

- *¿El tema de la democratización de la comunicación está presente en los espacios sindicales, tanto nacionales como internacionales, en los que participa la CUT? ¿Qué iniciativas se podrían destacar?*

Como entidad asociada a la CSA y a la CSI, y también como fundadores y coordinadores del Foro Social Mundial, hemos subrayado la importancia de la defensa de la democratización de la comunicación como un punto clave para la propia democratización de nuestras sociedades. Además de seminarios y cursos, hemos participado en varios espacios de debate, como ocurrió recientemente en el *Encuentro Latinoamericano de Comunicación Popular y el Buen Vivir*, llevado a cabo en septiembre de 2012 en Quito, y hemos realizado acciones puntuales de solidaridad militante en defensa de lo que consideramos avances estratégicos, como es el caso de la nueva Ley de Medios de la Argentina.

- *¿Cuál ha sido la participación de la CUT en la Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom)? ¿Qué propuestas llevaron?*

La Confecom, realizada a finales del gobierno Lula, contribuyó para que el tema entrara efectivamente en la pauta, estimulando la formación de los Consejos Estatales de Comunicación, como logramos recientemente en los Estados de Bahía y Río Grande do Sul. Lastimosamente varios puntos resueltos por la Confecom para hacer efectivos mecanismos de control social, participación popular y auditoría en los medios privados no se han puesto en marcha debido a una posición inexplicable del gobierno. Si nos fijamos en el tipo de enfrentamiento que está ocurriendo en algunos países de la región, lamentablemente,

es forzoso reconocer que tanto el gobierno de Lula como el de Dilma dejaron y dejan mucho que desear en el área comunicacional.

La Confecom fue fruto de la sociedad civil que garantizó la realización de la misma incluso en condiciones adversas. Fue muy importante como proceso de movilización, sin embargo las propuestas quedaron en el papel. El entonces ministro Franklin Martins llegó a proponer un proyecto, pero quedó en alguna gaveta del escritorio de Paulo Bernardo, que resolvió dejarlo ahí. Lo que tenemos es la síntesis de los 20 puntos de los movimientos sociales. En nuestra opinión, respaldado por la Confecom, el gobierno debería adoptar medidas como la reglamentación de los artículos de la Constitución Federal (220 a 224) que, entre otros avances, impiden la propiedad cruzada de los medios y prohíben los monopolios; la garantía de la inclusión digital con la aplicación de los recursos del Fondo para Universalización del Servicio de Telefonía (Fust) en programas de extensión de la internet de banda ancha para todo el país, priorizando las regiones alejadas de los grandes centros y la población de bajo ingreso, la reducción del 30% al 10% en la participación del capital extranjero en las comunicaciones, y el cese de la criminalización de las radios comunitarias.

- *¿Cuál es la participación de la CUT en el FNDC?*
¿Qué iniciativas se podrían destacar?

Nuestra Central actualmente es responsable de la coordinación general del FNDC, lo que hace mucho mayor nuestra responsabilidad con la conducción de esta batalla. Además de la campaña “*Para expresar la Libertad*”, hemos articulado, estructurado y organizado la conformación de comités del Foro

Nacional por la Democratización de la Comunicación en todos los estados del país. El FNDC tiene una histórica rica, de más de dos décadas de debate, formulación y construcción colectiva de propuestas para, efectivamente, democratizar la palabra. Esta ha sido una iniciativa fundamental para capacitar a nuestros dirigentes, atraer nuevos compañeros y llevar más lejos la lucha por una sociedad plenamente democrática.

La juventud encara a los medios

Durante los últimos cinco años, el movimiento estudiantil latinoamericano se ha visto enfrentado a una lucha constante contra la reforma neoliberal que avanza lentamente en países gobernados por la derecha del continente. Los convenios y acuerdos firmados por gobiernos nacionales con el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial han empeñado el futuro de la universidad pública y han acelerado las medidas destinadas al desmantelamiento de la educación superior estatal.

Chile

Entre abril y mayo del 2011, los estudiantes de la Universidad Central de Chile denunciaron con vehemencia los cambios en los estatutos universitarios que pretendían abrir la figura jurídica universitaria para introducir la posibilidad de lucrar. Los cambios habían sido articulados por académicos y directivos de la universidad que pertenecían al Partido Demócrata Cristiano. Entonces comenzó un movimiento estudiantil efer-

vescente, cuya demanda era clara y contundente: ¡educación gratuita y de calidad!

Los medios de comunicación fueron pivote del gobierno para desprestigiar a las universidades públicas, difundiendo reportajes sobre supuestas irregularidades en las instituciones. Al ver la masiva participación de las y los estudiantes, los medios continuaron sus ataques, seleccionando específicamente la imagen de la líder de la Federación de Estudiantes Chilenos (FECh), Camila Vallejo, contra quien se dirigieron constantemente.

Mostrando imágenes de encapuchados y armando documentales en torno a la violencia, los noticieros comerciales chilenos cerraron filas con el oficialismo; claramente era su interés mantener el status quo. Personajes como Herman Chadwick, presidente del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) – encargado de regular la programación televisiva –, también forma parte de la Junta Directiva de la Universidad de las Américas (Cuello 2011), una casa de estudios universitarios privada altamente lucrativa. El conflicto de intereses era claro.

Después se conoció de la existencia de un acuerdo entre las autoridades del Ministerio de Educación, Carabineros y las cadenas *Tele 13* y *TVN* para obtener material audiovisual que mostrara los disturbios ocasionados por un grupo minoritario de manifestantes (Mardones 2011). A pesar de varios intentos jurídicos por llamar a cuentas a los medios, el CNTV no dio cabida a las denuncias.

Las y los estudiantes universitarios se tomaron por unas horas la sede del canal televisivo *Chilevisión*. La medida se suma a

varios episodios similares, donde los estudiantes han ocupado diversas sedes de medios de comunicación comerciales que han contribuido a estigmatizar al movimiento. Ello demuestra la claridad con la que el estudiantado ha identificado a los medios como adversarios en su lucha.

Colombia

En el 2011, el gobierno del presidente Juan Manuel Santos presentó un Proyecto de Reforma a la Educación Superior. El documento pretendía crear la figura de Instituciones de Educación Superior con Ánimo de Lucro para las universidades públicas. De inmediato las y los universitarios salieron a las calles en jornadas históricas; la más emblemática de ellas fue la *Toma a Bogotá*.

La movilización puso contra la pared al presidente Santos, que llamó a la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE) a retomar la tranquilidad a cambio de retirar el proyecto, oferta que las y los estudiantes rechazaron entendiendo que era un claro intento por desmovilizarles. Nuevamente los medios tomarían una posición favorable al gobierno y sus políticas; al igual que se vio en Chile, en Colombia se buscó deslegitimar a la MANE como un actor con propuestas sensatas y racionales. Se presentó a los jóvenes del movimiento estudiantil como violentos y como contrarios a cualquier diálogo (Valbuena 2012).

A pesar de la insistencia gubernamental en afirmar que el proceso para la redacción de la reforma fue producto de una amplia consulta y un consenso entre estudiantes, rectores y las autoridades nacionales, un plebiscito organizado por la Federación de Estudiantes Universitarios de Colombia (FEU)

demonstró que el 97.9% de los estudiantes no participó en la conformación de la reforma y el 94.7% no estaba de acuerdo con la reforma, cifras que a todas luces desnudaban la falacia oficial. Tras un mes de intensas manifestaciones, el gobierno retiró definitivamente el proyecto de reforma.

México

Pero talvez el caso más emblemático fue el de México. De cara a las elecciones del 2012, durante una visita del candidato a la presidencia Enrique Peña Nieto (PRI-Partido Verde), organizado en la Universidad Iberoamericana (institución privada), un grupo de estudiantes muestran pancartas que acusan al ex-gobernador del Estado de México de asesino.

Lo que suscitó la airada reacción del estudiantado fue la respuesta de Peña Nieto ante su participación en los hechos violentos de San Salvador Atenco en el 2006¹; *“Fue una acción*

1 Los eventos en San Salvador Atenco ocurrieron entre el 3 y 4 de mayo del 2006, mientras que Enrique Peña Nieto era gobernador del Estado de México (al que pertenece la localidad). La pretensión del gobierno de construir un aeropuerto en Atenco había organizado a la comunidad en el Frente de Pueblos en Defensa de la Tierra (FPDT). Los incidentes empezaron cuando un grupo de vendedores de flores de Texcoco fueron desalojados del mercado municipal. De inmediato los vendedores pidieron apoyo al FPDT que se manifestó en solidaridad. La respuesta policial fue brutal, pero a pesar de ello los manifestantes bloquearon una autopista. Ante una nueva oleada represiva policial, las y los manifestantes toman como rehenes a varios funcionarios del gobierno del Estado de México para obligar a que se liberen a los detenidos. Finalmente intervino la Policía Federal Preventiva instalando un cerco policiaco-militar a la población. Durante los hechos murieron dos personas, las fuerzas policiales violaron a 26 mujeres y torturaron a decenas de detenidos. Para mayor información sobre el caso, consultar el *Informe Preliminar de las Acciones Realizadas en el Caso de los Hechos de Violencia Suscitados en los Municipios de*

determinada personalmente para restablecer el orden y la paz, en el legítimo derecho que tiene el Estado mexicano de hacer uso de la fuerza pública”².

Los abucheos y el disgusto del auditorio no permitieron al candidato continuar...abandonó el recinto de inmediato. El emblemático episodio se daba en medio de revelaciones que apuntaban a una alianza entre la cadena *Televisa* y el candidato del PRI (Villamil 2012a, 6-12). Después del bochornoso evento, varios medios de comunicación buscaron limpiar la imagen de Peña Nieto repitiendo el alegato del candidato según el cual las y los jóvenes universitarios eran personas pagadas por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) para entorpecer el encuentro. La reacción de indignación no se hizo esperar.

Fue así que surgió la iniciativa de varios estudiantes de organizarse y presentarse ante la opinión pública como los 131 de la Universidad Iberoamericana, a través de un video en *Youtube*. La solidaridad de otros estudiantes y personas no se hizo esperar, y surgió en las redes sociales el hashtag *#YoSoy132*, en alusión al video difundido por internet.

Es de esa forma que surge el movimiento *Yo Soy 132*, que trascendió la universidad privada y la pública y comenzó a unir a jóvenes de todo México. Su propuesta: democratizar al país y a los medios de comunicación. La centralidad del papel de los medios fue clave en el surgimiento del movimiento: sin

Texcoco y San Salvador Atenco, Estado de México (2006) realizado por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos.

- 2 Las declaraciones del hoy presidente de México pueden ser apreciadas en el video-resumen de la visita de Peña Nieto en la Ibero, hecho por el *Grupo Reforma*, accesible desde: <https://www.youtube.com/watch?v=7Rm979cdW7U>

la arremetida mediática sufrida por los jóvenes de la Ibero, no hubiera surgido el movimiento. También con la creciente notoriedad del apadrinamiento mediático al candidato del PRI, la vigencia del tema se convirtió en el eje de los reclamos del movimiento.

Es por ello que la primera marcha organizada por el nascente movimiento fue contra *Televisa* bajo el lema “¡Despierta México despierta!”. Al llegar a la sede de *Televisa*, una funcionaria de la cadena propuso la conformación de una delegación de 4 estudiantes para expresar sus opiniones. El movimiento *#YoSoy132* rápidamente rechazó la propuesta, entendiendo que buscaba separarles.

Pero ello no significaría el fin de los intentos por debilitar al movimiento. Con su creciente capacidad organizativa, *#YoSoy132* comenzaría a organizar marchas multitudinarias que rebasarían con creces las expectativas de cualquier observador. En tal medida también, las preocupaciones del PRI y de las televisoras principales de México – *Televisa* y *TVAzteca*, dos blancos del movimiento – se acrecentaban.

A pesar de que parecía que el auge de *#YoSoy132* no tenía obstáculos en el camino, poco antes de uno de sus mayores logros – obligar a las televisoras a realizar un segundo debate presidencial –, el sitio web del movimiento sufrió una intervención inesperada. Un audio con las palabras del estudiante Saúl Alvidrez, miembro del movimiento, manifestando su preferencia por Andrés Manuel López Obrador y el PRD, fue colgada por Manuel Cossío – otro integrante de *#YoSoy132*. El fin era claro: vincular al movimiento con el partido de la oposición.

Posteriormente, la revista mexicana *Proceso* investigó al filtrador de los audios. De esa forma se descubrió que Cossío era amigo íntimo del hijo de Carlos Salinas de Gortari (PRI) y que era sobrino de José Ramón Cossío Díaz, ministro de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Otras investigaciones demostraron que el joven Cossío mantenía una estrecha relación con *Televisa* a partir de su participación en la empresa *Mantequilla Studios* que organizó un festival en conjunto con la cadena televisiva (Villamil 2012b).

Con el triunfo de Enrique Peña Nieto en las elecciones, marcadas por una amplia gama de irregularidades que apuntan claramente a un fraude electoral, el movimiento *#YoSoy132* se mantiene organizado y en las calles, con su incansable lucha por democratizar la sociedad mexicana y acabar con los monopolios mediáticos del país, que hoy se encuentran representados en la silla presidencial.

Punto de Encuentro. A pesar de las distancias geográficas, hoy más que nunca los movimientos estudiantiles se encuentran unidos; el movimiento estudiantil chileno y el colombiano organizaron una manifestación conjunta el 24 de noviembre del 2012, a la que invitaron a sumarse a movimientos estudiantiles de toda América Latina. La dirigente estudiantil chilena Camila Vallejo visitó México en junio de ese año y se declaró oficialmente miembro del movimiento *#YoSoy132*.

Las nuevas formas de organización en el seno de los movimientos estudiantiles, y sus nuevas modalidades de articulación, van de la mano con la identificación de un nuevo horizonte en sus luchas: la democratización de los medios de comunicación. Los monopolios mediáticos comerciales se

han identificado claramente como un nuevo enemigo que se interpone entre los justos reclamos estudiantiles y la opinión pública continental.

Gustavo Fuchs / ALAI

Bibliografía

- Cuello, Luis. 2011. *CNTV rechaza sancionar a noticieros por criminalización de las marchas*. Otra Prensa. <http://www.otraprensa.com/cntv-rechaza-sancionar-a-noticieros-por-criminalizacion-de-marchas/>
- Mardones, Carolina. 2011. *Acusan que Mineduc dio facilidades a Canal 13 y TVN para mostrar desordenes en marchas de estudiantes*. Radio BioBio. <http://www.biobiochile.cl/2011/06/17/acusan-que-mineduc-dio-facilidades-a-canal-13-y-tvn-para-mostrar-desordenes-en-marcha-de-estudiantes.shtml>
- Valbuena, Carlos. 2012. *“Hoy, la apuesta fundamental es la construcción de articulado para una ley alternativa de educación superior”*. Desde Abajo. <http://www.desdeabajo.info/fondo-editorial/colombia-presente-y-futuro/item/20838-%E2%80%9Choy-la-apuesta-fundamental-es-la-construcci%C3%B3n-de-articulado-para-una-ley-alternativa-de-educaci%C3%B3n-superior%E2%80%9D.html>
- Villamil, Jenaro. 2012a. Contubernio 2012. *Revista Proceso* (No. 1770): 6-12.
- _____. 2012b. *La peculiar “guerra sucia” online contra #YoSoy132*. *Revista Proceso*. <http://www.proceso.com.mx/?p=311322>



Documento de Exigencias Mínimas

Un nuevo sistema de medios

Grupo de democratización de medios #YoSoy132

Este documento continúa una discusión histórica sobre el rumbo que México necesita tomar hacia la democratización de su sistema de medios de comunicación, industrias culturales y telecomunicaciones, pieza fundamental de la transición democrática del país. Esto lo entendemos como la integración del interés social a distintos órdenes de la materia: aspectos legales, culturales, éticos, filosóficos, cambio de prácticas sociales y sobre las condiciones de mercado.

La comunicación alcanza a todos los problemas sociales, los puede condicionar, transformar, visibilizar o invisibilizar. Los puntos que se presentan, suponen una colección de elementos básicos de un horizonte que busca materializar las aspiraciones de distintas voces y sectores sociales. Invitamos a que cada uno de ellos, sea leído en el contexto del modelo que pretendemos dibujar.

En un escenario mundial de grandes avances tecnológicos y de derechos civiles, México adolece con mayor gravedad sus rezagos democráticos.

1. Dado que el espectro radioeléctrico es un bien propiedad de la Nación reconocido por el artículo 27 constitucional,

exigimos que la actividad de radiodifusión sea considerada de servicio público y no como actividad de interés general. Esto debido a que la segunda figura limita las responsabilidades de quienes ofrecen estos servicios para construir a favor del interés social y los alcances de la explotación de este recurso.

2. Ante el inminente cambio tecnológico de la plataforma analógica a la digital, donde se abrirán nuevos espacios para canales nacionales y otros servicios de telecomunicaciones, Televisa y Tv Azteca se han asegurado de manera previa de imponer sus condiciones y con ello, obtener un poder todavía más grande. Esta transición tecnológica, significa una gran oportunidad para terminar con la concentración mediática. Por ello, exigimos que se garantice que el nuevo espacio no se destine a las actuales figuras dominantes del mercado sino que sea licitado a nuevos actores.
3. Bajo las consideraciones del punto 1, exigimos la reorganización del uso del espectro radioeléctrico de manera equitativa, a tercios, entre los siguientes sectores: privado, público y social-comunitario. Los actores, habrán de participar bajo el siguiente esquema de concesiones:

A) **Concesiones de uso privado:** Con fines de lucro. Deben operar en el mercado en condiciones de competencia. Los concesionarios son responsables de sus contenidos, guardando como mínimo deber respetar la Constitución y los Derechos Humanos. Se mantendrá claridad, transparencia y equidad en los procesos licitatorios para garantizar la pluralidad y competencia real en el sector. Exigimos reglas claras que permitan identificar los actores dominantes y desatar los mecanismos antimonopolio correspondientes.

B) Concesiones de uso público: Sin fines de lucro. De contenidos de servicio público: informativo, educativo, cultural, de ciencia y tecnología. Designados a organismos dependientes del Estado (Canal del Congreso, Judicial, canales para universidades públicas, comisiones de derechos humanos). Con recursos asignados de ley. Están dotadas de autonomía organizativa, independencia editorial y administrativa. Sin embargo, deberán implementar instrumentos para asegurar la responsabilidad social del medio así como la participación ciudadana, tales como Ombudsman de las audiencias, consejo técnico de contenidos, códigos de ética, etc.

C) Concesiones de uso social-comunitario: Sin fines de lucro. Con formas de financiamiento mixto: ingresos producto de venta de publicidad, donaciones, acceso voluntario a un fondo público, etc. El otorgamiento de estas concesiones se regirá por un esquema flexible frente a los propósitos comunicativos de cada proyecto. El objetivo de este sector es crear y mantener un espacio para la pluralidad de voces de manera libre de la lógica comercial, de la injerencia estatal o de distintos riesgos que apunten hacia la homogeneidad de lo comunicado.

4. Es indispensable la creación de un Organismo Regulador de las telecomunicaciones y la radiodifusión con autonomía funcional, administrativa y financiera. Que cuente con atribuciones tales como la asignación de concesiones, la vigilancia de su aprovechamiento, establecer las directrices de las políticas públicas sobre telecomunicaciones, el establecimiento de tarifas y el desarrollo de infraestructura, además de vigilar el respeto a los derechos humanos y derechos de las audiencias en los distintos servicios. El nombramiento de los titulares de dicho organismo debe garantizar la inclusión efectiva de la ciudadanía, a favor de la integralidad y especialidad, así como su independencia

de los poderes de gobierno, cuotas partidistas e intereses privados.

5. Demandamos el establecimiento de una tasa mínima de participación en la radiodifusión para producción nacional independiente, es decir, aquellos que no ostenten vínculos que puedan condicionar el trabajo creativo o línea editorial de estos.
6. La relación entre los medios de comunicación y las personas que los consumen necesita ser repensada, el concepto “derechos de las audiencias” se hace necesario frente a un paradigma dominante que reduce la comunicación a un aspecto puramente industrial. Porque los medios de comunicación deben su existencia a las audiencias y esto supone responsabilidades que cumplir, exigimos el reconocimiento y cumplimiento de estos, como lo son el derecho de réplica, el derecho a la rectificación, los derechos frente a la programación y servicios o la prohibición de la publicidad encubierta.
7. Por ley anualmente, el Órgano regulador deberá hacer de conocimiento público de manera clara, gráfica y puntual un estudio sobre la publicidad exhibida por los medios tanto impresos como de radio y televisión, así como la conformación de su capital, de su consejo de administración y comités. Siempre guardando los principios de privacidad de la propiedad y de los derechos de las audiencias. Todo con la finalidad de aportar piezas informativas a la sociedad que apunten a una mejor comprensión del sistema de medios.
8. Las campañas de propaganda que tengan como finalidad destacar los logros de gestión, objetivos alcanzados, generar imágenes positivas del gobernante, partido en turno o cualquier órgano de gobierno, deben estar prohibidas en todos los niveles. La comunicación social debe remitirse

exclusivamente a la difusión de servicios públicos, en los términos que lo establece el artículo 134 constitucional.

9. México debe contar con una infraestructura pública nacional de acceso a banda ancha que preste un servicio gratuito de Internet a la población de al menos 1Mb/s y permita la generación de nuevos competidores en el mercado de proveedores de acceso a Internet. Esta primera base, tendría que ajustarse conforme al tiempo en tanto al cambio tecnológico y las necesidades de la gente.
10. Es fundamental mantener el principio de la menor regulación posible a Internet, pero con ello, el Estado debe garantizar la neutralidad de la red. Esto ante la posibilidad de que proveedores de acceso a Internet puedan bloquear, interferir, entorpecer o discriminar en torno a la libre utilización de la red por parte de los usuarios.
11. Exigimos la integración de la alfabetización mediática y digital en las políticas públicas educativas. Esto ante el nuevo paradigma histórico donde el exceso de información es la norma y la necesidad de tener instrumentos de discriminación, tratamiento y calificación personal de la misma, resulta indispensable e impostergable atender.
12. Reconociendo el fenómeno de la convergencia en la que los medios y plataformas tecnológicas se entrecruzan cada vez más, exigimos reglas claras para la manera en que los empresarios participan en estas, para evitar la concentración económica y limitar su injerencia en la opinión pública. Reglas sobre propiedad cruzada tanto horizontales como verticales que impidan la formación de monopolios, asegurando así el principio de pluralidad en las telecomunicaciones y medios de comunicación.
13. Todas las cableras y sistemas de televisión satelital en el país deben transmitir en todas sus ofertas de programa-

ción la televisión abierta de alcance nacional sin que ello implique un costo adicional para estos operadores. Para las concesiones de televisión abierta de alcance local, estas reglas deberán aplicar también pero sólo para sus suscriptores locales.

14. Hacemos un llamado a la responsabilidad ética y moral de los empresarios dueños de los medios de comunicación, así como a la obligación del Estado, para respetar el derecho de los periodistas a organizarse, de así considerarlo, y de decidir de manera libre el deber ser de su profesión. El gremio vive una situación excepcional a nivel mundial de inseguridad, censura directa e indirecta, represión, coerción y precariedad laboral.

Publicado el 8 noviembre de 2012, México

Fuente: <http://bit.ly/10Jvz6>

Plataformas comunes y nuevas normativas legales

Argentina: La lucha por una ley de comunicación audiovisual democrática

El 10 de octubre de 2009, el Congreso de la Nación de Argentina aprueba en votación definitiva la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, en medio de un masivo apoyo popular, con decenas miles de manifestantes en la calle.

La nueva Ley¹, fruto de una larga lucha social, recoge los 21 puntos planteados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática, (ver pag. 195). La Coalición, una agrupación que llega a sumar más de 300 organizaciones y entidades sociales, venía trabajando a partir de 2004 en una propuesta de recambio de la ley de Radiodifusión, siendo que la ley entonces vigente, adoptada en 1980 durante la dictadura de Jorge Rafael Videla, se elabora bajo los marcos de la Doctrina de Seguridad Nacional, y que posteriormente es modificada por el gobierno Menem con un sentido de facilitar la privatización, concentración y extranjerización. La propuesta de la Coalición plantea

1 Se puede ver el texto de la Ley en:
<http://www.farco.org.ar/audios/docs/Ley26522deSCA.pdf>

un modelo de comunicación plural y diverso, que reconozca no sólo las empresas mediáticas de carácter comercial, sino también los medios públicos y comunitarios. La Coalición insiste también en la necesidad de establecer normas antimonopólicas, así como garantizar los derechos de toda la ciudadanía en materia de comunicación y fomentar la producción local y nacional.

El mismo proceso de elaboración de la ley tiene un carácter sumamente participativo. La Coalición (2010) relata que:

El proyecto de ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se enriqueció con un amplísimo debate de la sociedad implementado mediante mecanismos de consulta pública, a través de Foros Regionales, coordinados con Universidades Nacionales, organizaciones de la sociedad, cámaras empresarias, sindicatos, asociaciones de radiodifusores y público en general.

El proceso de consulta pública incluyó una apertura sin precedentes, que abarcó también la recepción de aportes y documentos por vía electrónica o soporte digital, y la realización de más de 45 encuentros y actividades sobre el proyecto realizadas por distintas organizaciones sociales y universidades en todo el país.[...]

En síntesis, el proyecto que envió el Poder Ejecutivo al Congreso de la Nación fue escrito por el Pueblo mismo. [...] ninguna ley fue tan estudiada, analizada, discutida como la Ley de Servicios de Comuni-

cación Audiovisual; ninguna tuvo tanta participación popular en su elaboración. Intervinieron, cumpliendo el mandato constitucional, ambas cámaras: la de Diputados como cámara de origen y Senadores como revisora y en ésta última participaron y votaron todos los bloques políticos validando de esta forma todo el proceso político².

Cronología de un proceso participativo

El proceso de elaboración de los 21 puntos inicia en mayo de 2004, a raíz de una convocatoria realizada por el Foro Argentino de Radios Comunitarios (FARCO). Acuden representantes de sindicatos, organismos de derechos humanos, universidades, medios comunitarios y populares, movimientos sociales, cooperativistas, pymes (pequeñas y medianas empresas), músicos, partidos políticos, activistas individuales y muchos más. De entrada, se descarta la posibilidad de redactar un nuevo proyecto de Ley, optando más bien por elaborar un marco de contenidos fundamentales que la legislación debe contener. Dada la gran heterogeneidad de actores que acuden al proceso, con distintos enfoques ideológicos y políticos, se decide trabajar únicamente sobre los puntos de posible consenso, dejando de lado aquellos que generarían tensión, conflictos o diferencias. Luego de varios meses de trabajo, se llega a un acuerdo en torno a los “21 Puntos por una Ley de Radiodifusión de la Democracia”. La cifra simboliza los 21 años transcurridos desde el retorno a la democracia, sin contar con una nueva ley de radiodifusión. La propuesta se lanza en agosto de ese

2 Coalición por una Radiodifusión Democrática 2010. *Defender la democracia es defender sus leyes*. ALAI, 3 mayo. <http://alainet.org/active/37808>

año y queda conformada la Coalición por una Radiodifusión Democrática³.

Llama la atención la amplia composición de la Coalición, como también la participación activa de un gran número de organizaciones sociales de distintos sectores en la elaboración de los 21 puntos; es decir, es asumida como una causa propia por los movimientos sociales argentinos.

Como señala el periodista Aram Aharonian: “La problemática de los medios de comunicación comercial, hasta hace muy poco limitada a la academia y centros de estudio y/o profesionales, ha ganado la calle. La concientización popular sobre el poder de los oligopolios y monopolios mediáticos ya no logra ser invisibilizado tanto por un velo cultural sino por el propio interés de las empresas de no perder su (cada vez más escasa) credibilidad”⁴.

Si bien iba a demorar más de 4 años hasta que el gobierno acceda a adoptar los 21 puntos como base de una nueva ley, no son años inactivos, todo lo contrario. La Coalición realiza un trabajo sostenido de difusión y sensibilización sobre la propuesta, además, se registran algunos logros durante este periodo, aunque también retrocesos.

En diversos momentos se realizan contactos y diálogos con las autoridades del gobierno y del Congreso. En 2005, el Congre-

3 Busso, Néstor y Diego Jaimes 2011. “La conquista de la Ley”. En Néstor Busso y Diego Jaimes (compiladores), **La Cocina de la Ley**, FARCO, Buenos Aires, 2011, p. 44.

4 Aharonian, Aram 2010. *La ley de medios salió del closet y ganó la calle*, ALAI, 17 abril, <http://alainet.org/active/37415>

so modifica la Ley vigente, haciendo posible que entidades no comerciales puedan ser titulares de licencias de radio y televisión. En 2006, sin embargo, se sufre una dura derrota cuando el presidente Néstor Kirchner firma el Decreto 527, que suspende por 10 años el vencimiento de las licencias vigentes, lo que es visto como una clara capitulación ante las presiones de los conglomerados mediáticos.

En 2006, el Comité Federal de Radiodifusión -COMFER- reconoce y autoriza a 126 radios pertenecientes a organizaciones sin fines de lucro. En el Congreso se inicia el trámite de un Proyecto de Ley de Radiodifusión, pero el proceso es suspendido. En 2007, las Madres de la Plaza de Mayo establecen una emisora AM en la ciudad de Buenos Aires.

El año 2008 inicia con un nuevo escenario político, con Cristina Fernández en la presidencia de la Nación. En marzo estalla el conflicto agrario, donde los exportadores agropecuarios, particularmente de la soya, organizan la resistencia ante la intención gubernamental de cobrar una tasa a las exportaciones agrarias. La prensa comercial se alinea con los productores soyeros, lanzando un ataque frontal contra el gobierno. Este hecho marca el fin del acercamiento que el gobierno –primero él de Néstor Kirchner y luego él de Cristina Fernández de Kirchner– había mantenido con los grandes medios, en particular con el Grupo Clarín. Y por lo mismo, allana el camino para que el gobierno acelere la elaboración del proyecto de ley de medios audiovisuales, que entre otros iba a poner límites a los monopolios. Para abril, la Coalición es convocada a un encuentro con la Presidenta, quien se compromete a elaborar un proyecto de Ley basado en los 21 puntos. En todas las provincias del país, la Coalición organiza debates sobre la necesidad de una nueva Ley de Comunicación.

En marzo de 2009, la presidenta presenta una propuesta de proyecto de Ley, que abre al debate público, anunciando una serie de foros en todo el país. La propuesta incluye en su preámbulo los 21 puntos y la explicación de cómo se han incorporado en los artículos de la ley. Las organizaciones sociales agrupadas en la Coalición inician un intenso trabajo de lobby en el congreso para lograr el voto favorable, primero en la Cámara de Diputados, y luego en el Senado.

A medida que avanza el proceso, los grandes medios comerciales, que antes ignoraban las propuestas de la Coalición, comienzan a entender que el proyecto va en serio y lanzan una campaña de oposición frontal contra la aprobación de la ley. Pero no prospera.

El 27 de agosto la versión definitiva del proyecto ingresa al Congreso, y finalmente es aprobada en la Cámara de Diputados el 17 de septiembre de 2009 con 147 votos a favor, 4 en contra, una abstención y 103 ausentes; el Senado lo aprueba el 10 de octubre con 44 votos a favor y 24 en contra.

Lo nuevo de la Ley

La nueva ley es de “comunicación audiovisual” y ya no de “radiodifusión” –siguiendo el ejemplo de la Directiva Europea– porque la radiodifusión remite a la regulación del soporte, relacionado con el espectro radioeléctrico, mientras que la comunicación audiovisual remite al tipo de actividad que se realiza, justamente con el sentido de promover la pluralidad y la diversidad. En este sentido, incorpora varios aspectos novedosos, entre ellos, la reserva de 33% en todas las bandas de radiodifusión sonora y televisión terrestres para los medios

sin fines de lucro, es decir, medios gestionados por asociaciones civiles, fundaciones, cooperativas, sindicatos, etc. Otro aspecto central es que impide la concentración de los medios audiovisuales al establecer un límite de 10 licencias de radio y/o televisión abierta por prestador, o 24 de servicios por suscripción, las cuales deben tener un alcance a no más del 35 por ciento de la audiencia nacional. Además, especifica que dentro de una misma localidad no se puede tener más de tres licencias, de las cuales no más de una licencia de radio AM, hasta dos de radio FM y un canal de televisión abierta o por cable.

Aparte del 33%, la Ley prevé la reserva en el espectro radioeléctrico de una frecuencia AM, una frecuencia FM y una de televisión para los Pueblos Originarios en las localidades donde cada pueblo está asentado; además, es de asignación automática sobre pedido de la comunidad concernida, siempre que haya frecuencias disponibles⁵.

También estipula que los medios estatales deben ser públicos, y no gubernamentales; que tendrán que proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural y de entretenimiento. Además, deben garantizar la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población.

5 Esta propuesta no constaba en la versión original de los 21 puntos, e inicialmente no hizo consenso en la Coalición. Néstor Piccone cuenta que “fue una discusión muy rica y duró hasta que la Coalición entendió que la reivindicación tenía su peso y su historia: ‘nosotros no somos una pyme ni una organización sin fines de lucro, somos pueblos pre existentes’. No peleaban en el marco del 33%. Y la Coalición comprendió el concepto y todos juntos, incorporaron la reivindicación a los 21 puntos, y de los 21 puntos a la Ley”. (Ver “Una ley nacida del coraje político y la unidad popular”, en Néstor Busso y Diego Jaimes –compiladores–, **La Cocina de la Ley**, FARCO, Buenos Aires, 2011, p. 134).

En suma, la ley apunta a una comunicación más democrática, con mayor participación y arraigo local.

Temas pendientes

El amplio respaldo que finalmente logra la ley en el Congreso –no obstante la férrea oposición de la mayoría de medios comerciales y la renuencia de varios sectores políticos– es sin duda resultado del masivo apoyo y el nivel de movilización entre la población, a su favor, en una coyuntura favorable que se acelera tras el rompimiento de la Presidenta con los monopolios mediáticos.

Los líderes de la Coalición estiman que una combinación inteligente de tres elementos constituye la principal razón de este triunfo: “capacidad técnica, movilización social y decisión política”. Pero también reconocen que a ello hay que sumar los errores de los adversarios, que no acertaban en ninguno de estos tres aspectos⁶.

La aprobación de la Ley, sin embargo, va a ser apenas un primer paso, y la prensa opositora no se quedará con los brazos cruzados. Durante los tres años transcurridos a partir de la aprobación de la ley, una serie de recursos legales es interpuesta ante los tribunales por los grandes grupos mediáticos, principalmente el Grupo Clarín. Entre diciembre de 2009 y marzo de 2010, varios jueces dictan medidas cautelares que suspenden la aplicación de la ley 26.522, en algunos casos parcialmente, en otros totalmente, durante un periodo.

6 Busso y Jaimes, Op. cit. p. 83.

Como consecuencia de estas maniobras dilatorias por parte del gran poder mediático, los sectores sociales que lucharon por la aprobación de la ley se mantienen movilizados, a fin de asegurar que los monopolios mediáticos, ciertos jueces y otros intereses en juego no terminen boicoteando su implementación. Así, por ejemplo, en abril de 2010, nuevas manifestaciones masivas, salen a las calles a presionar a la justicia para que declare la ley constitucional.

A pesar de que, en varias oportunidades, la Corte Suprema de Justicia declara que la ley es constitucional, el Grupo Clarín o sus aliados, en cada ocasión, logran nuevas maniobras legalistas para detener su implementación. La situación a fines de 2012 es que la ley está vigente, salvo en la aplicación del artículo 161, el cual prevé que en el lapso de un año desde la aprobación de la Ley (y ya han transcurrido tres años) las empresas que controlan más de diez licencias de radio y televisión deben desprenderse del excedente. Clarín es detentor de cerca de 250 licencias de radiodifusión y acapara alrededor del 35% del mercado nacional.

Ahora bien, si bien la disponibilidad de las frecuencias que maneja el Grupo Clarín es un aspecto importante para garantizar la vigencia de la Ley y la democratización de las frecuencias, subsisten muchos otros retos por resolver.

La Coalición reconoce que quedan varios aspectos aún por implementarse. Estos incluyen el plan de normalización en la banda de frecuencia modulada; la legalización de muchos radios que ya están funcionando sin haber obtenido su reconocimiento legal; la implementación del fondo de promoción de

medios comunitarios, indígenas y de zonas de frontera, entre otros. (ver pag. 201).

Por su parte, la Red Nacional de Medios Alternativos (que agrupa a más de 50 medios) denuncia acciones dilatorias del Gobierno y la falta de políticas desde el Estado para la inclusión en el marco legal del sector de medios comunitarios, alternativos y populares, históricamente postergado. (ver pag. 205).

Sally Burch / ALAI

Agosto de 2009
Argentina: Hacia una nueva
Ley de Radiodifusión

**21 puntos básicos por el
derecho a la comunicación**

Coalición por una Radiodifusión Democrática

- 1.- Toda persona tiene derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos.
- 2.- La radiodifusión es una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no un simple negocio comercial. La radiodifusión es un servicio de carácter esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, por el que se ejerce el derecho a la información.
- 3.- Se garantizará la independencia de los medios de comunicación. La ley deberá impedir cualquier forma de presión, ventajas o castigos a los comunicadores o empresas o instituciones prestadoras en función de sus opiniones, línea informativa o editorial, en el marco del respeto al estado de derecho democrático y los derechos humanos. También estará prohibida por ley la asignación arbitraria o discrimi-

natoria de publicidad oficial, créditos oficiales o prebendas.

- 4.- Las frecuencias radioeléctricas no deben transferirse, venderse ni subastarse. Nadie debe apropiarse de las frecuencias. Las frecuencias radioeléctricas pertenecen a la comunidad, son patrimonio común de la humanidad, y están sujetas por su naturaleza y principios a legislaciones nacionales así como a tratados internacionales. Deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos y adjudicadas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor servicio. La renovación de las licencias estará sujeta a audiencia pública vinculante.
- 5.- La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión. El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol soberano que garanticen la diversidad cultural y pluralismo comunicacional. Eso implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión.
- 6.- Si unos pocos controlan la información no es posible la democracia. Deben adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. La propiedad y control de los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas antimonopólicas por cuanto los monopolios y oligopolios conspiran contra la democracia, al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la cultura y a la información de los ciudadanos.
- 7.- El público tendrá derecho a acceder a una información plural, así como a la diversidad cultural. Para ello se deberá garantizar la indemnidad intelectual y estética de los trabajadores de la comunicación y de todos aquellos que participan en la producción de bienes culturales.

Movimientos convergentes en comunicación

- 8.- En los casos de una integración vertical u horizontal de actividades ligadas, o no, a la comunicación social, se deberán establecer regulaciones que promuevan el pluralismo, respeten las incumbencias profesionales y derechos intelectuales de los artistas y demás trabajadores de la comunicación y el espectáculo.
- 9.- Deberá mantenerse un registro público y abierto de licencias. El registro deberá contener los datos que identifiquen fehacientemente a los titulares de cada licencia, y los integrantes de sus órganos de administración además de las condiciones bajo las cuales fue asignada la frecuencia. Las localizaciones radioeléctricas no previstas en los planes técnicos deberán ser puestas en disponibilidad a pedido de parte con la sola demostración de su viabilidad técnica.
- 10.- No podrán ser titulares de licencias de servicios de radiodifusión ni integrantes de sus órganos directivos, quienes ocupen cargos electivos oficiales nacionales, provinciales o municipales, funcionarios públicos de los distintos poderes, miembros de las Fuerzas Armadas y de seguridad, como así tampoco aquellos que hayan tenido participación comprometida con violaciones a los derechos humanos.
- 11.- Existen tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro. Quedará prohibido todo tipo de discriminación o cercenamiento a causa de la naturaleza jurídica de la organización propietaria, en cuanto a potencia, cantidad de frecuencias disponibles o limitaciones a los contenidos. Todos los servicios de radiodifusión podrán contratar publicidad en igualdad de condiciones, ya que así se respetan los derechos humanos económicos, sociales y culturales.

- 12.- Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población. En todas las regiones del país se destinará una frecuencia a la recepción gratuita del canal de TV pública nacional y de Radio Nacional; y de igual forma se reservará al menos una frecuencia para una radio y una emisora de TV provincial y una emisora de FM municipal. Los servicios de la radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma y se reservará no menos de una frecuencia de radiodifusión a cada una de las Universidades públicas nacionales.
- 13.- Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. En estos casos tendrá que prevalecer como criterio de asignación de frecuencias el plan de servicios y la inserción de las entidades en su comunidad.
- 14.- La ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. Esto implica producción realizada por actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos argentinos, y reglamentará la obligación de inversión en producción propia y en la compra de derecho de antena de películas nacionales.
- 15.- La explotación de los servicios de radiodifusión es indelegable y debe ser prestada por el propio titular de la licencia.
- 16.- Las repetidoras y cadenas deben ser una excepción a la regla de modo tal de priorizar el pluralismo y la producción propia y local, salvo para las emisoras estatales de servicio público o la emisión de acontecimientos de carácter excepcional.

Movimientos convergentes en comunicación

- 17.- La publicidad sonora y audiovisual será de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación, no estará incluida en esta, se difundirá en tandas claramente identificadas al inicio y al final por la señal distintiva del medio y no inducirá a estafas y engaños a la comunidad.
- 18.- Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.
- 19.- La autoridad de aplicación deberá respetar en su constitución el sistema federal y estará integrada además por organizaciones de la sociedad civil no licenciatarias y por representantes de las entidades representativas de los trabajadores de los medios y de las artes audiovisuales.
- 20.- Se creará la figura de la “Defensoría del público”, con delegaciones en las provincias, que recibirá y canalizará las inquietudes de los habitantes de la Nación. Deberá incluirse un capítulo que garantice los derechos del público. Estos podrán ser ejercidos directamente por los habitantes de la Nación o a través de la defensoría del público.
- 21.- En la nueva ley se deberá contemplar la normalización de los servicios de radiodifusión atendiendo a las necesidades de aquellos impedidos de acceder a una licencia por las exclusiones históricas de la ley 22.285 y la administración arbitraria de las frecuencias por parte del Estado nacional.

Ver la versión del documento con la lista de firmas en:
<http://www.paralavictoria.com.ar/documentos/21puntos.pdf>

3 de abril de 2012

Argentina: A dos años de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

Coalición por una Radiodifusión democrática

A dos años de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se ha cumplido una primera etapa. La Ley N° 26.522 es la base para democratizar la Comunicación. Su debate y aprobación significó un gran avance en el fortalecimiento de la democracia.

La Presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner, ha dicho reiteradamente que esta ley fue una construcción colectiva y desde la Coalición por una Radiodifusión Democrática nos comprometimos a trabajar por su total aplicación.

Los actores de la sociedad civil, las organizaciones de trabajadores y demás expresiones populares integrantes de esta Coalición reafirmamos ahora nuestro compromiso y militancia por la total aplicación de la Ley que conquistamos. Consideramos necesario avanzar en su implementación, no solo enfrentando los intereses de los oligopolios y monopolios sino también promoviendo la diversidad y pluralidad de voces hasta ahora silenciadas.

Por ello nos parece necesario expresar que:

- El ejercicio pleno de la libertad de expresión y del derecho a la comunicación exigen que el Estado garantice la diversidad y pluralidad de medios para lo cual resulta indispensable la plena implementación de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- La permanencia de oligopolios o monopolios en la comunicación no puede ser tolerada por cuanto atentan contra la libertad de expresión. Es indispensable no solo limitar el accionar de grupos que mantienen y realizan prácticas abusivas de sus posiciones dominantes de mercado y múltiples servicios por encima de lo establecido por Ley, sino también promover y facilitar la multiplicidad de voces expresada por medios comunitarios, medios de pequeñas y microempresas locales, cooperativos, universitarios y de pueblos originarios en todo el territorio nacional.
- Para cumplir y hacer cumplir la Ley es indispensable la efectiva puesta en marcha de todos los mecanismos administrativos y de los organismos establecidos en la ley para su implementación, con participación y pluralismo.
- Es necesario hacer efectivos instrumentos administrativos y técnicos que permitan la gestión eficaz del espectro radioeléctrico a fin de lograr una equitativa distribución de categorías y potencias entre los distintos tipos de prestadores, que aseguren la coexistencia de servicios de alcance local y regional que expresen los criterios de diversidad.
- Los relevamientos de servicios de radio y televisión en todo el país realizados a partir de 2009 han reflejado el alto grado de demandas de prestadores privados con y sin fin de lucro. Es un escenario que la implementación de la ley debe atender contemplando el equilibrio, la sosteni-

bilidad, el federalismo, el uso criterioso del espectro y el fomento a la producción local y regional. Resulta por tanto urgente normalizar los servicios de acuerdo a lo determinado por la Ley (artículos 159 y 160). Los pliegos para los concursos de servicios regulados por la Ley, vigentes y futuros, no deben contener exigencias administrativas, técnicas o económicas que signifiquen umbrales que excluyan a organizaciones populares o a pequeñas y micro empresas locales.

- Será un aporte de enorme importancia la puesta en marcha del Fondo Concursable de Promoción del 10% del gravamen, con destino al desarrollo tecnológico y producción de contenidos de los medios comunitarios, de frontera y de pueblos originarios de acuerdo al artículo 97 inc. f) de la Ley 26.522. La asignación por concursos en base a proyectos de estos aportes también fortalecerá la aplicación de la norma.
- Los porcentajes establecidos en la ley respecto a reserva de frecuencias para los prestadores sin fines de lucro, o los vinculados con las exigencias de producción propia, local y nacional, los límites a la retransmisión de las cadenas de radio o televisión en todo el país, así como las condiciones de inserción de publicidad, resultan criterios fundantes y están en el corazón de la Ley 26.522. La fiscalización de su cumplimiento y la promoción activa de su aplicación en todo el país –mediante la gestión de las delegaciones regionales– constituyen instrumentos fundamentales para el nuevo paradigma de la comunicación.
- El Congreso de la Nación, en respeto a la soberanía popular que emana de las normas que allí se debaten y se aprueban, debe garantizar el necesario funcionamiento de las instituciones previstas en la Ley que consagra libertades y derechos constitucionales básicos. La Comisión Bicameral y las funciones e institutos que de ella dependen

den, como la Defensoría del Público, son necesarios para fomentar la diversidad y el acceso ciudadano al control de cumplimiento de las normas.

- Por último, hacemos un llamado al Poder Judicial a que acelere los tiempos para definir las pocas causas que impiden la aplicación de algún artículo de la Ley y sea estricto en no permitir maniobras dilatorias por parte de quienes invocando ejercicio de derechos obstruyen aviesamente el desarrollo de una norma de interés público.

La Coalición por una Radiodifusión Democrática, considera que el debate para profundizar la democratización y sostenibilidad del nuevo modelo comunicacional, es una necesidad sentida por las mayorías.

El próximo 12 de abril se llevará a cabo una reunión donde se espera contar con la presencia de más organizaciones que respalden el documento con su firma.

Fuente: http://movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=20540



Argentina:

A 3 años de la sanción de la nueva Ley de Medios

Red Nacional de Medios Alternativos

A 3 años de la sanción de la nueva Ley de Medios manifestamos que:

- La lucha por el reconocimiento jurídico del sector y la legalización de los Medios Comunitarios, Alternativos y Populares que hoy funcionan en todo el territorio nacional lleva años sin soluciones concretas.
- La falta de elaboración de un Plan Técnico (ordenamiento del espectro ocupado y del libre), que según la nueva ley debió realizar el Estado en forma previa a los llamados a concursos, provoca discrecionalidad en la entrega de las licencias.
- Se entregan y concursan licencias sin hacer la reserva del 33 % del espectro que, por la nueva ley, debería ser destinada a las entidades sin fines de lucro.
- Los pliegos de bases y condiciones para los concursos abiertos que se han publicado no contemplan, tal como exige la nueva ley, la diferenciación entre las entidades con y sin fines de lucro. Además no se adecúan a las ca-

racterísticas particulares de los medios comunitarios, alternativos y populares.

- La desinversión que se iniciará el 7 de diciembre no garantiza la democratización del espectro. Las frecuencias que se liberen no serán devueltas al Estado sino que serán vendidas/transferidas (entre privados) a quienes puedan pagarlas; por lo tanto no se ampliará la disponibilidad del espectro.
- La vigencia del decreto 527/2005 que congeló por 10 años los plazos de las licencias ya otorgadas, afectan la disponibilidad de espectro y neutralizan parte de los efectos desmonopolizadores que el Estado espera luego de la desinversión.

Ante la falta de respuestas para los medios Comunitarios, Alternativos y Populares, la Red Nacional de Medios Alternativos continúa denunciando las acciones dilatorias del Gobierno y la falta de políticas desde el Estado para la inclusión en el marco legal de este sector históricamente postergado.

La derogación de las **Resol. 685/11 y 686/11** –que establecían los llamados a concursos, pliegos de bases y condiciones para **Televisoras de Media y Alta Potencia**– y la **Resol. 1659/11** que promovía la solicitud de previsión técnica para **Televisoras de Baja Potencia** y la suspensión de las mismas a través de las **Resol. 929/12 y 930/12**, son indicios de la falta de viabilidad de las políticas del Estado para la inclusión de los medios **Comunitarios, Alternativos y Populares**. La promesa incumplida de nuevos pliegos a 30 días de esa derogación ratifican tal afirmación.

Si bien está vigente la **Resolución 1465/2011** sobre el pliego de bases y condiciones para **TV de Baja Potencia** (categorías H,I,J,K) aún no se han definido plazos para los concursos ni costos de los pliegos.

Como declaramos en su momento, estas resoluciones eran excluyentes económicamente además de no corresponderse con las características, composición y formas de organización de los medios comunitarios, alternativos y/o populares que funcionan en todo el país.

A pesar de estar suspendidos los mecanismos para acceder a permisos y licencias que propone el AFSCA para televisión, vemos cómo a través del Ejecutivo se siguen entregando Permisos Experimentales de **TV Digital** y utilizando las plataformas digitales públicas de modo discrecional y en forma arbitraria beneficiando a sectores del poder económico concentrado y/o ligados políticamente al Gobierno. Son claros los ejemplos de las señales 360 TV, C5N, CN23 y CONSTRUIR TV (UOCRA) entre otros, mientras que el sector de los medios Comunitarios, Alternativos y Populares, sigue sin ser convocado en su conjunto.

En el caso de las radios, se han sancionado las **Resoluciones 1655/11 y 1926/2011** que establecen los pliegos de bases y condiciones para todas las categorías en AM y FM. Se ha iniciado un proceso de concursos para FM de Baja Potencia en ciudades de provincias donde no existe conflictividad en la ocupación del espectro (Resolución 698/2012: Chaco, La Rioja, Catamarca, Neuquén, Río Negro, Chubut, Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, La Pampa, San Luis y San Juan).

Por **Resolución 434/2012** se avanza además en la entrega de licencias, a través de adjudicaciones directas sin concurso, para medios de muy baja potencia según define el art.49 de la nueva Ley de Medios, siempre que haya disponibilidad de espectro (en zonas de alta vulnerabilidad social y/o escasa densidad demográfica).

Entendemos que los pliegos actuales, pensados con la lógica de medios comerciales y no del sector de los Comunitarios, Alternativos y Populares, serán un condicionante a futuro por las exigencias que traen aparejados pues parten del desconocimiento

de las formas de organización, gestión y desarrollo de nuestros medios.

Desde la RNMA consideramos necesario reflexionar colectivamente como actores directamente afectados por la aplicación de la nueva Ley de Medios, a fin de resolver las problemáticas actuales y futuras específicas que deben afrontar el conjunto de los Medios Comunitarios, Alternativos y/o Populares. En base a ello exponemos:

A. Ausencia de plan técnico

1. Incumplimiento de la nueva Ley de Medios

La AFSCA está cometiendo un grave incumplimiento ya que elabora pliegos y llama a concursos sin un Plan Técnico vigente (art.156 Ley 26.522). Esta tarea corresponde, por normativa nacional e internacional al Estado Nacional, por lo que es obligación –con carácter previo al llamado a concurso– la realización de un plan que organice el espectro, en función de las disponibilidades técnicas, definición y cantidad de categorías, así como la administración del espectro según el territorio.

La consecuencia directa para las televisoras es la imposibilidad de dar uso a los 69 canales por región, a cambio de entregar el espectro entero a empresas de cable, telefonía celular, radio taxis, etc. Tal falta de previsión imposibilita la adjudicación y su uso a medios de comunicación ya que sin plan nunca habrá espectro disponible, acción que también obligaría a la CNC a velar por el correcto uso de la banda de televisión.

Es importante destacar, que a diferencia de lo que ocurre en radios, el marco legal de regulación del espacio fue tercerizado en un ente llamado SATVD a través del Decreto 1148/09. Lo cual sitúa fuera de la esfera de AFSCA la negociación de las telefónicas y demás empresas que pretenden quedarse con el uso del

espacio internacionalmente reservado para la televisión.

2. Reserva del 33% para las sin fines de lucro

A lo arriba expuesto, agregamos que la AFSCA no respeta las reservas en la administración del espectro radioeléctrico, tal cual lo exige el Art.89 Ley 26.522, que asigna el 33% de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestre, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro.

Desde la creación de la AFSCA hasta la actualidad, la autoridad ha emitido una serie de resoluciones en las que se autoriza por plazos renovables de 180 días –sin concurso abierto de licencias– a los canales 13, 9, 11 y 2, junto a una serie de emisoras como C5N y CN23 a hacer transmisiones experimentales de prueba de Televisión Digital Terrestre (TDT) y sin espacio para los medios CAP.

Así, sin resolver los modos de distribución del espectro, el Estado publicó los pliegos de bases y condiciones para llamado a concursos tanto para radios como de televisoras, sin realizar la reserva del 33%.

Por otra parte, tal como denunciáramos durante la discusión de la nueva ley, la persistencia del decreto 527/05 que congela los plazos de la licencias ya otorgadas afectan la disponibilidad de espectro mucho más profundamente que la resolución del art.161 de adecuación de inversiones. Este artículo, de cumplirse, no garantiza que se liberen espacios del espectro, ya que a lo que obliga es a la venta (de un privado a otro) de las licencias por encima de los límites que marca la nueva ley.

B. Aspectos específicos

1. Rechazamos la imposición de formas de organización

La Ley 26.522, Art.4 define a las emisoras comunitarias, pero en el resto de su articulado no las diferencia de los prestadores sin fines de lucro. Su decreto reglamentario diferenció dentro de los actores con fines de lucro a las pequeñas y micro empresas; sin embargo, en el sector de los sin fines de lucro no hubo propuestas concretas destinadas a nuestros medios en cuanto a sus características específicas. Hasta ahora la normativa que establece cómo deben constituirse las “personas de existencia ideal”, nos impone formas de organización; pero no existe una figura legal que enmarque a los medios Comunitarios, Alternativos y Populares, ante los organismos de control y fiscalización de las entidades sin fines de lucro (INAES, IGJ, etc.). Tampoco AFSCA tuvo la voluntad de flexibilizar para estos medios las exigencias que esas formas legales imponen; ni siquiera de aceptar personería jurídica “en trámite” como con las entidades comerciales. En este sentido, la Red Nacional de Medios Alternativos apuesta a la construcción y sostenimiento de medios comunitarios, alternativos y/o populares respetando las formas de organización libremente elegidas.

2. Gestión y estructura administrativa

Tanto las Resoluciones 1465/2011 (TV baja potencia) como las 1655/2011 (radios FM) y 698/2012 (radios FM baja potencia) exigen de manera excluyente los certificados de libre deuda ante las gestoras de derechos. Ante estas sostenemos que los medios comunitarios difunden músicas y culturas populares, muchas veces no registradas, y lo hacen sin fines de lucro, por lo que no es procedente ningún tipo de pago de derechos a asociaciones privadas de gestión de derechos (SADAIC, AADI; CAPIF; ETC). No desconocemos estos derechos sino que instamos al AFSCA a cubrirlos como forma de fomentar el sector. En este sentido, a pesar de estar planteado en la ley, no se estipulan mecanis-

mos de fomento que permitan afrontar los costos de muchas de estas exigencias, dejando como única opción la generación de recursos en base a la publicidad, planteo que contradice los principios de muchos de los medios Comunitarios, Alternativos y Populares y de otra formar de ejercer la comunicación.

3. Multiplexado

El Art. 36 de la Resolución 1465/2011 propone cómo se planificará el uso del espectro en TV Digital, primando como forma, el acuerdo entre privados. Acuerdo mediado por el pago de un canon de uso. El multiplexado es la forma en que un mismo canal contiene 4 o mas señales digitales. El AFSCA no sólo no regula los costos de multiplexación sino que obligará a todos los medios comunitarios, alternativos y populares (ya que son éstos siempre los mas faltos de inversión por no ser lucrativos) a pagar mensualmente a una emisora comercial con capacidad de "inversión".

Desde la RNMA creemos que la desregulación de la única responsabilidad que le compete al Estado (garantizar el uso del espectro democráticamente por todos los actores sociales) a través de una pseudo-necesidad comercial, es suicidar la posibilidad de construir emisoras de televisión dentro del marco de no conflictividad con el Estado, y permitir mercantilizar aún más el acceso a emisoras populares.

A casi 3 años de sancionada la Ley 26522 y por todo lo expuesto, declaramos:

- Los Medios Comunitarios, Alternativos y Populares somos una realidad y un actor social en todo el territorio de la República Argentina. Cumplimos un rol comunicacional fundamental en pos de la manifestación de las distintas expresiones culturales, sociales y políticas de la actualidad. Y continuamos en el aire a pesar de la ausencia de políticas para el desarrollo del sector.

- Rechazamos los comunicados oficiales que utilizando la figura de los Medios Comunitarios, Alternativos y Populares justifican la suspensión de Resoluciones y Concursos que en su momento denunciábamos como excluyentes y que no nos contemplaban.
- Nos encontramos en alerta ante lo que pueda ocurrir con las cientos de radios FM que hoy en día están al aire en todo el país y no son contempladas en su especificidad como comunitarias, alternativas y populares a la hora de ser publicadas las resoluciones y llamados a concursos.
- Exigimos el reconocimiento jurídico para el sector y la legalización de todos los Medios Comunitarios, Alternativos y Populares Censados a partir de la Res. 01/10 y 03/10.
- Exigimos la elaboración del Plan Técnico y Ordenamiento del Espectro Radioeléctrico (Ley 26522, Art. 156) y reserva del 33% para las Sin fines de Lucro.
- Exigimos concursos específicos y diferenciados para medios Comunitarios, Alternativos y Populares, planes de promoción y fomento para el desarrollo sectorial.
- Exigimos la derogación del decreto 527/2005.

Setiembre de 2012

Red Nacional de Medios Alternativos

www.rnma.org.ar

Ver la versión del documento con la lista de firmas en:

<http://bit.ly/UIUTnM>

Brasil: En camino hacia una nueva ley

Para los movimientos por la democratización de la comunicación en Brasil, la realización de la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom), del 14 al 17 de diciembre de 2009 en Brasilia, con el tema “Comunicación: medios para la construcción de derechos y de ciudadanía en la era digital”, constituye la mayor conquista histórica hasta ahora alcanzada tras una lucha de más de dos décadas. 672 propuestas, más de 500 por consenso, son aprobadas por los 1.684 delegados que participan en 15 Grupos de Trabajo organizados en tres ejes temáticos: producción de contenido; Medios de distribución; y Ciudadanía: derechos y deberes. Ahora la disputa pasa por lograr que se hagan efectivas tales propuestas.

Los movimientos por la democratización de la comunicación surgen en el escenario político brasileño en los años 80, en el marco del retorno del país a la democracia. “Un grupo de militantes por la democracia en la comunicación formado por entidades clasistas –principalmente periodistas, radialistas, artistas, profesores universitarios y estudiantes de comunicación– tienen una actuación destacada en el proceso Constitu-

yente, pero terminó vencido por el *lobby* de los empresarios, que siempre influyen fuertemente sobre el legislativo. Como resultado, el Capítulo V del Orden Social de la Constitución, cuyos cinco artículos tratan de la Comunicación Social, tiene un texto prácticamente dictado por los representantes de los ‘grandes medios’”, reseña el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC)¹.

Tras el episodio de la Constituyente, en 1991 se conforma el FNDC para responder a la necesidad de contar con una articulación nacional y pasa a convertirse en el referente de esta causa durante los 90 con demandas relativas a la reglamentación de las conquistas alcanzadas constitucionalmente.

La posesión presidencial en enero 2003 de Inacio Lula da Silva, del Partido de los Trabajadores, quien en las contiendas anteriores había sido víctima de campañas sucias por parte de los grandes medios, abre una gran expectativa de cambios respecto a dos grandes temas críticos para afianzar la democracia: la reforma política y la democratización de los medios de comunicación, que paulatinamente se va diluyendo; en el primer caso sobre todo por los acuerdos parlamentarios para asegurar márgenes de gobernabilidad; y en el segundo, por la adopción de una línea de no confrontación.

En Brasil, las conferencias nacionales se han establecido como un espacio y mecanismo para propiciar la participación ciudadana en la planificación y seguimiento de políticas públicas. Con este criterio el gobierno Lula impulsa conferencias so-

1 Revista MídiaCom Democracia, Nº 12, Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación, diciembre 2011, p. 12. Traducción libre O.L.)

bre diversos temas específicos, cuyos resultados contribuyen a la implementación de medidas progresistas. Para que este mecanismo también se aplique en materia de comunicación, el movimiento por la democratización de ésta da paso a un proceso que en 2007 desemboca en la conformación formal de la Comisión Nacional Pro-Conferencia de Comunicación (CNPC), con el respaldo de unas 40 organizaciones. En enero de 2009, durante el Foro Social Mundial, el propio presidente Lula anuncia la realización de la tan esperada conferencia.

La convocatoria oficial se formaliza cuatro meses después, señalando como objetivo general: “la formulación de propuestas que contribuyan a orientar una Política Nacional de Comunicación y la promoción de un debate amplio, democrático y plural con la sociedad brasileña, garantizando la participación social en todas sus etapas”. De esta manera el gobierno finalmente pone sobre la palestra pública este tema tratado como tabú por parte de los grandes conglomerados mediáticos.

En la fase preparatoria se implementan conferencias municipales, intermunicipales, libres (promovidas por los diversos estamentos sociales) y una conferencia virtual a nivel nacional, lo cual repercute en una amplia participación ciudadana en las deliberaciones, como también de los otros dos sectores convocados: poder público y sector empresarial –de hecho un segmento, pues los grandes medios optan por autoexcluirse–. A la postre, los resultados de la Confecom son producto de los acuerdos establecidos entre estos tres sectores.

Con la realización de la Confecom se establece un nuevo escenario. Por un lado, el acumulado que logra la causa por la democratización de la comunicación, tanto por el carácter

pedagógico que se da en la fase preparatoria, como por las nuevas fuerzas que se suman, conlleva a replanteamientos respecto a las agendas y caminos a seguir. Por otro lado, los poderes mediáticos deciden articular una contraofensiva en todos los planos, debido a que no prosperó su estrategia de ignorar la Conferencia y luego tratar de bloquearla, descalificándola.

Al ser año electoral, en el curso de 2010, el accionar de las organizaciones sociales pierde impulso, si bien participa en los foros propiciados por la Secretaría de Comunicación Social para, sobre la base de las propuestas aprobadas en la Confe-com, elaborar un marco regulatorio para las comunicaciones. El texto final, cuyo contenido se desconoce, queda en manos del nuevo gobierno presidido por Dilma Rousseff, el cual inicialmente promete someterlo a consulta pública en el segundo semestre de 2011.

Con esta pauta de por medio, en mayo el FNDC toma la iniciativa de lanzar la “Plataforma para un nuevo Marco Regulatorio de las Comunicaciones en Brasil” que condensa en 20 puntos las aspiraciones centrales (ver pag. 219). En ese mismo año, con el propósito de respaldar las demandas y movilizaciones de la sociedad civil organizada, se conforma el Frente Parlamentario por la Libertad de Expresión y el Derecho a la Comunicación con Participación Popular (Frentecom), que congrega a parlamentarios de diversos partidos y organizaciones sociales.

Un año después (27 de agosto de 2012) el FNDC, conjuntamente con otros colectivos sociales², da inicio a la campaña

2 Organizaciones sindicales y estudiantiles, colectivos profesionales, asociaciones de medios comunitarios y populares, colectivos de comunicación y derechos humanos, entre otros.

“Para expresar la libertad – Una nueva ley para un nuevo tiempo”³ con el objetivo de luchar por una actualización de la legislación para el sector, sobre la base de la formulación de propuestas y la movilización de la sociedad (ver pag. 235).

La campaña se basa en propuestas aprobadas en la Confecom, entre las cuales se destacan: la reglamentación de los artículos sobre comunicación de la Constitución –como la regionalización de la programación, el estímulo a la producción independiente y la prioridad para contenido educativo, cultural e informativo, entre otros–, el marco regulatorio del sector, el marco civil de Internet, la comunicación pública, la democracia en la concesión de frecuencias para radiodifusión, universalización de los servicios esenciales para la comunicación, los derechos de autor y la reglamentación de la publicidad dirigida a niñez.

“Si nos fijamos en el tipo de enfrentamiento que está ocurriendo en algunos países de la región, lamentablemente, es forzoso reconocer que tanto el gobierno de Lula como el de Dilma dejaron y dejan mucho que desear en el área comunicacional”, sostiene Rosane Bertotti, secretaria nacional de comunicación de la Central Única de los Trabajadores (CUT) y actual coordinadora del FNDC, para quien, “respaldado por la Confecom, el gobierno debería adoptar medidas como la reglamentación de los artículos de la Constitución Federal (220 a 224) que, entre otros avances, impiden la propiedad cruzada de los medios y prohíben los monopolios” (ver pag. 161).

Para el analista Dênis de Moraes: “El inmovilismo de los sucesivos gobiernos llega a ser alarmante. Las políticas públicas de comunicación, cuando existen, son absolutamente tímidas,

3 Ver: <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br>

limitadas y fragmentadas y contrapuestas. No existe una visión estratégica, por parte del poder público, sobre el estratégico campo de la comunicación de masas. Esto es grave porque las políticas públicas son indispensables para la afirmación del pluralismo, como también para definir lo que debe ser público y lo que puede ser privado, preservando el interés colectivo frente a las ambiciones particulares”⁴.

Como consecuencia de este inmovilismo, acota, “la concentración monopólica de los medios no termina de acentuarse. De manera general, se tiene la percepción de que los gobiernos evitan confrontar este grave problema por miedo a contrariar a los grupos privados que controlan, desde hace décadas, el sector. Persiste el coronelismo electrónico (concesiones directas o indirectas de licencias de radio y televisión a parlamentarios y políticos profesionales)”.

En todo caso, aunque el gobierno de Dilma se mantiene inerte en esta materia, lo que no se puede perder de vista es que con la Confecom se abre “un camino irreversible, (pues) Brasil encontró el gusto por el debate sobre las comunicaciones”⁵; cuestión históricamente vedada por el poder mediático.

Oswaldo León / ALAI

-
- 4 “O Brasil é a vanguarda do atraso da América Latina”, entrevista con Najla Passos, en la Revista MídiaCom Democracia, Nº 13, Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación, diciembre 2012, p. 9. Traducción libre O.L.)
 - 5 Señalamiento de José Luiz Nascimento Sóter, coordinador general de la Asociación Brasileña de Radiodifusión Comunitaria (Abraço), en entrevista con Candice Cresqui “O Brasil tomou gosto pelo debate sobre as comunicações”, 16-12-2010. http://www.fncd.org.br/internas.php?p=noticias&cont_key=480804

Plataforma para un nuevo Marco Normativo de las Comunicaciones en Brasil

Este texto es producto de debates acumulados al largo de las últimas décadas, en especial de la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom), sistematizados en el seminario Marco Normativo – Propuestas para una Comunicación Democrática, organizado por el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), con la participación de otras entidades nacionales y regionales, entre el 20 y 21 de mayo de 2011 en Río de Janeiro. La primera versión fue sometida a consulta pública abierta y recibió más de 200 contribuciones, que fueron analizadas y parcialmente incorporadas en este documento.

La Plataforma recoge las 20 propuestas consideradas prioritarias en la definición de un marco legal para las comunicaciones en nuestro país. Al tiempo que presenta esas prioridades, este texto tiene la pretensión de popularizar el debate sobre las banderas y temas de la comunicación, frecuentemente restringido a especialistas y profesionales del sector. Esta es la referencia que este sector de la sociedad civil, que actuó decisivamente en la construcción de la I Confecom, propone para el contenido programático de este debate que marcará la agenda política del país en el próximo periodo.

¿Por qué necesitamos de un nuevo Marco Normativo de las Comunicaciones?

Hay por lo menos cuatro razones que justifican un nuevo marco normativo para las comunicaciones en Brasil. Una de ellas es la ausencia de pluralidad y diversidad en los medios, que vacía la dimensión pública de los medios de comunicación y exige medidas afirmativas para formular una contrapuesta. Otra es que la legislación brasileña en el sector de las comunicaciones es arcaica y desfasada, no está adecuada a los patrones internacionales de libertad de expresión y no contempla cuestiones actuales, como las innovaciones tecnológicas y la convergencia de medios. Además de eso, la legislación es fragmentada, multifacética, compuesta por varias leyes que no dialogan unas con las otras y no guardan coherencia entre ellas. Por último, la Constitución Federal de 1988 continúa careciendo de la reglamentación de la mayoría de los artículos dedicados a la comunicación (220, 221 y 223), dejando temas importantes como la restricción a los monopolios y oligopolios y la regionalización de la producción sin ninguna referencia legal, siendo que han transcurrido 23 años desde su aprobación. Impera, por lo tanto, un escenario de ausencia de regulación, lo que sólo dificulta el ejercicio de libertad de expresión del conjunto de la población.

La ausencia de este marco legal beneficia a las pocas empresas que hoy se aprovechan de la grave concentración en el sector. Esos grupos muchas veces impiden la circulación de las ideas y puntos de vista con los cuales no concuerdan e impiden el pleno ejercicio del derecho a la comunicación y de la libertad de expresión por los ciudadanos y ciudadanas, afectando la democracia brasileña. Es preciso dejar claro que todos los principales países democráticos del mundo tienen sus marcos normativos para el área de las comunicaciones. En países como Reino Unido, Francia, Estados Unidos, Portugal y Alemania, la existencia de esas referencias no ha presupuesto censura; al contrario, ha significado la garantía de mayor libertad de expresión para amplios sectores sociales. En todos estos países, inclusive existen

no sólo leyes que regulan el sector, sino órganos dedicados a la tarea de regulación. La propia Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de los Estados Americanos (OEA) destaca, en su agenda de trabajo, el papel del Estado para la promoción de la diversidad y pluralidad en la radiodifusión.

Principios y objetivos

El nuevo marco normativo debe garantizar el derecho a la comunicación y la libertad de expresión de todos los ciudadanos y ciudadanas, de manera que las diferentes ideas, opiniones y puntos de vista, y los diferentes grupos sociales, culturales, étnico-raciales y políticos puedan manifestarse en igualdad de condiciones en el espacio público mediático. En ese sentido, este marco debe reconocer y afirmar el carácter público de toda la comunicación social y basar todos los procesos normativos en el interés público.

Para eso, el Estado brasileño debe adoptar medidas de regulación democrática sobre la estructura del sistema de comunicaciones, la propiedad de los medios y los contenidos transmitidos, que tienda a:

- asegurar la pluralidad de ideas y opiniones en los medios comunicacionales;
- promover y fomentar la cultura nacional en su diversidad y pluralidad;
- garantizar la estricta observación de los principios constitucionales de la igualdad; prevalencia de los derechos humanos; libre manifestación del pensamiento y expresión de la actividad intelectual, artística y comunicacional, siendo prohibida la censura previa, estatal (inclusive judicial) o privada; inviolabilidad de la intimidad, privacidad, honra e imagen de las personas; y la laicidad del Estado;

- promover la diversidad regional, étnico-racial, de género, de clase social, por edad y de orientación sexual en los medios comunicacionales;
- garantizar la complementariedad de los sistemas comunicacionales público, privado y estatal;
- proteger los niños y adolescentes de toda forma de explotación, discriminación, negligencia y violencia, y de la sexualidad precoz;
- garantizar la universalización de los servicios esenciales de comunicación;
- promover la transparencia y el amplio acceso a las informaciones públicas;
- proteger la privacidad de las comunicaciones en los servicios de telecomunicaciones y en internet;
- garantizar la accesibilidad plena a los medios comunicacionales, con especial atención a las personas con deficiencias;
- promover la participación popular en la toma de decisiones en torno al sistema de comunicaciones brasileño, en el ámbito del poder Ejecutivo y Legislativo;
- promover instrumentos electrónicos de democracia participativa en las decisiones del poder público.

El marco normativo debe abordar las cuestiones centrales que estructuran el sistema de comunicaciones y promover su adecuación al escenario de la digitalización y convergencia mediática, contemplando la reorganización de los servicios comunicacionales a partir de la definición de los deberes y derechos de cada prestador de servicio. Su estructura debe responder las directrices que estén fundadas en los principios constitucionales relativos al tema y garanticen el carácter democrático del sector de las comunicaciones.

Directrices fundamentales:

20 puntos para democratizar las comunicaciones en Brasil

1) Arquitectura institucional democrática

La organización del sistema nacional de comunicaciones debe contar con: un Consejo Nacional de Comunicación, con composición representativa de los poderes públicos y de los diferentes sectores de la sociedad civil (que deben ser mayoritarios en su composición y reconocidos por sus pares), cuyo rol será el de establecer directrices normativas para las políticas públicas y regulación del sector; órgano(s) regulador(es) que contemple(n) las áreas de contenido y de distribución e infraestructura, subordinados al Consejo Nacional de Comunicación, con poder de establecimiento de normas secundarias, regulación, fiscalización y sanción; y el Ministerio de las Comunicaciones como institución responsable por la formulación e implementación de las políticas públicas. Estados y municipios podrán constituir Consejos locales, que tendrán carácter auxiliar en relación al Consejo Nacional de Comunicación, con atribuciones para discutir, acompañar y opinar sobre temas específicos, debiendo seguir reglas únicas en relación a la composición y forma de elección de sus miembros. Esos Consejos en los estados y municipios pueden también asumir funciones deliberativas en relación a las cuestiones de ámbito local.

Se debe también garantizar la realización periódica de la Conferencia Nacional comunicacional, precedida de etapas estatales y locales, con el objetivo de definir directrices para el sistema comunicacional. Este sistema debe promover el intercambio con los órganos afines del Congreso Nacional –comisiones temáticas, frentes parlamentarios y el Consejo de Comunicación Social (órgano auxiliar al Congreso Nacional previsto en la Constitución Federal).

2) Participación social

La participación social debe ser garantizada en todas las instancias y procesos de formulación, implementación y evaluación de políticas comunicacionales, siendo asegurada la representación

amplia en instancias de consulta de los órganos reguladores o afines y la realización de audiencias y consultas públicas para la toma de decisiones. Deben ser establecidos otros canales efectivos y accesibles (en términos de tiempo, costo y condiciones de acceso), con amplia utilización de mecanismos interactivos vía internet. En consonancia con el artículo 220 de la Constitución Federal, la sociedad debe tener medios legales para defenderse de programación que contraría los principios constitucionales, sea por medio de defensorías públicas o de auditorías, procuradurías o fiscalías especiales creadas para este fin.

3) Separación de infraestructura y contenido

La operación de la infraestructura necesaria para la transmisión de la señal, cualquiera que sea el medio, plataforma o tecnología, debe ser independiente de las actividades de programación del contenido audiovisual electrónico, con licencias diferenciadas y servicios tratados de forma separada. Eso contribuye a un tratamiento igualitario y no discriminatorio de los diferentes contenidos, fomenta la diversificación de la oferta, y así amplía las opciones del usuario. Las actividades que sean de comunicación social deberán estar sometidas a los mismos principios, independientemente de la plataforma, considerando las especificidades de cada una de esas plataformas en la aplicación de esos principios.

4) Garantía de redes abiertas y neutrales

La infraestructura de redes debe estar sujeta a reglas de desagregación e interconexión, con imposición de obligaciones proporcionales a la capacidad técnica y financiera de cada agente económico.

Los operadores de redes, inclusive los que den soporte a la comunicación social audiovisual electrónica, deben tratar los datos de forma neutral e igualitaria en relación a los distintos servicios, a los programadores y a otros usuarios, sin ningún tipo de mo-

dificación o interferencia discriminatoria en el contenido o en la velocidad de transmisión, garantizando la neutralidad de la red. El uso de la infraestructura debe ser racionalizado por medio de un operador nacional del sistema digital, que funcionará como un ente de gestión y arbitraje de las demandas y obligaciones de los diferentes prestadores de servicio, y deberá garantizar el carácter público de las redes operadas por los agentes privados y públicos, sean ellas fijas o inalámbricas. Además de eso, se debe garantizar a los ciudadanos el derecho de conexión y enrutamiento entre su equipo y cualquier otro, de forma que se faciliten las redes cooperativas y permitir la redistribución de informaciones.

5) Universalización de los servicios esenciales

Los servicios comunicacionales considerados esenciales, relacionados a la concreción de los derechos de los ciudadanos, deben ser tratados como servicios públicos, siendo prestados en régimen público. En el actual escenario, deben ser entendidos como esenciales la radiodifusión, los servicios de voz y especialmente la infraestructura de red en alta velocidad (banda ancha). Enmarcados de esa forma, ellos estarán sujetos a la obligación de universalización, llegando a todos los ciudadanos independientemente de su localización geográfica o condición socioeconómica y deberán atender las obligaciones tanto de infraestructura como de contenido, tales como: prestación del servicio sin interrupción (continuidad), tarifas accesibles (en el caso de los servicios pagados), neutralidad de red, pluralidad y diversidad de contenido, y retorno al Gobierno Federal –después del fin del contrato de concesión– de los bienes esenciales para la prestación del servicio. Deben ser consideradas obligaciones proporcionales a la capacidad técnica y financiera de cada agente económico, de forma que se estimule a los pequeños proveedores. Ese es el mejor formato, por ejemplo, para garantizar banda ancha económica de calidad y para todos.

6) Adopción de patrones abiertos e interoperables, y apoyo a la tecnología nacional

Los servicios y tecnologías de las redes y terminales de comunicaciones deben estar basados en patrones abiertos e interoperables, a fin de garantizar el uso democrático de las tecnologías y favorecer la innovación. Patrones abiertos son aquellos que tienen especificación pública, permiten nuevos desarrollos sin favoritismos o discriminación de los agentes desarrolladores, y no cobran royalties para su implementación o uso. Interoperables son aquellos que permiten la comunicación entre sistemas de forma transparente, sin crear restricciones que condicionen el uso de contenidos producidos a la adopción de un patrón específico. Esas definiciones deben estar aliadas a la política de apoyo a la tecnología nacional por medio de investigación y desarrollo, fomento, inducción y compraventa de componentes, productos y aplicaciones, sustentados en ese tipo de tecnología.

7) Reglamentación de la complementariedad de los sistemas y fortalecimiento del sistema público de comunicación

En las concesiones para programación, el nuevo marco normativo debe garantizar la complementariedad de los sistemas público, privado y estatal de comunicación, reglamentando el artículo 223 de la Constitución Federal. Por sistema público, deben ser entendidas las programadoras de carácter público o asociativo, gestionadas de manera participativa, a partir de la posibilidad de acceso de los ciudadanos a sus estructuras dirigentes y sometidas a las reglas democráticas de gestión. El sistema privado debe comprender los medios de propiedad de entidades privadas en el que la naturaleza institucional y el formato de gestión son limitados, sean estas entidades de finalidad lucrativa o no. El sistema estatal debe comprender todos los servicios y medios controlados por instituciones públicas vinculadas a los poderes del Estado en las tres esferas de la Federación. Para cada uno de los sistemas, deben ser establecidos derechos y deberes en

lo que respecta a la gestión, participación social, financiación y a la programación. A cada uno de ellos se les asegurará cuotas en las infraestructuras de redes dedicadas al transporte de señal de los servicios comunicación social audiovisual electrónica, de forma que permitan alcanzar la complementariedad prevista en la Constitución Federal.

Debe estar previsto especialmente el fortalecimiento del sistema público, reservándole al menos el 33% de los canales para esta categoría en todos los servicios, políticas de fomento – en especial por el incremento de la Contribución para el Fomento de la Radiodifusión Pública y creación de fondos públicos con criterios transparentes y gestión democrática– fortaleciendo la red pública, en articulación con todas las emisoras del campo público y con sus entidades asociativas, con la constitución de un operador de red que servirá también de modelo para la futura evolución de toda la comunicación social electrónica brasileña. Se debe reforzar también el carácter público de la Empresa Brasil de Comunicaciones (EBC), por medio de la ampliación de su alcance en el territorio nacional, democratización de su gestión, garantía de participación popular en sus procesos de toma de decisiones, ampliación de las fuentes fijas de financiación y de la autonomía política y editorial en relación al gobierno. La producción colaborativa y en redes en el ámbito de emisoras públicas y estatales debe ser promovida por medio de asociaciones con entidades y grupos de la sociedad civil.

8) Fortalecimiento de las radios y TVs comunitarias

La nueva legislación debe garantizar la estructuración de un sistema comunitario comunicacional, de forma que se reconozcan efectivamente y se fortalezcan a los medios comunitarios, entendidos como radios y TVs de finalidad sociocultural gestionados por la propia comunidad, sin fines lucrativos, comprendiendo comunidades territoriales, etnolingüísticas, tradicionales, culturales o de interés. Por tener un papel fundamental en la democratización del sector, los medios comunitarios deben estar disponibles

mediante señales abiertas para toda la población. Los medios comunitarios deben ser priorizados en las políticas públicas de comunicación, poniendo fin a las limitaciones arbitrarias de su cobertura, potencia y número de estaciones por localidad, garantizando el respeto a planes de concesiones y distribución de frecuencias que tomen en cuenta las necesidades y posibilidades de las emisoras de cada localidad.

Se deben garantizar condiciones de sustentabilidad suficientes para una producción de contenido independiente y autónomo, por medio de anuncios, publicidad institucional y financiación por fondos públicos. La ley debe prever mecanismos efectivos para impedir el acaparamiento de los medios comunitarios por grupos políticos o religiosos. Es también fundamental que finalice la criminalización de las radios comunitarias, garantizando amnistía a los miles de comunicadores perseguidos y condenados por ejercer la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.

9) Democracia, transparencia y pluralidad en las concesiones

Las concesiones de programación de radio y servicios audiovisuales, en cualquier plataforma, deben garantizar en sus criterios para concesión y renovación, la pluralidad y diversidad informativa y cultural, sin privilegiar el criterio económico en las licitaciones, apuntando a la complementariedad entre los sistemas público, privado y estatal. Los criterios de concesión y renovación deben ser adecuados a los diferentes sistemas y estar claramente definidos en la ley, incluyendo la impugnación expresamente justificada. No debe haber resquicios para transformar las concesiones en monedas de cambio de favores políticos. La responsabilidad de las concesiones y del proceso de renovación debe ser del (de los) órgano(s) regulador(es) y del Consejo Nacional de Comunicación, garantizando la transparencia, la participación social y la agilidad en el proceso. Los procesos de renovación no deben ser realizados de forma automática, siendo necesario un acompañamiento permanente y un análisis del

cumplimiento de las obligaciones en cuanto a la programación – especialmente con la reglamentación de aquellas previstas en el artículo 221 de la Constitución Federal– y de la regulación laboral y fiscal del prestador del servicio. Se debe asegurar la prohibición de transferencias directas o indirectas de los canales, así como impedir el arrendamiento total o parcial o cualquier tipo de especulación sobre las frecuencias.

10) Límite a la concentración en las comunicaciones

La concentración de los medios de comunicación impide la diversidad informativa y cultural y afecta la democracia. Es preciso establecer reglas que prevengan cualquier forma de concentración vertical (entre diferentes actividades en el mismo servicio), horizontal (entre empresas que ofrecen el mismo servicio) y cruzada (entre diferentes medios de comunicación), de forma que se reglamente el artículo 220 de la Constitución Federal, que prohíbe monopolios y oligopolios directos e indirectos. Se deben contemplar criterios como participación en el mercado (audiencia y facturación), cantidad de medios y cobertura de las emisoras, además de límites a la formación de redes, y reglas para negociación de derechos de eventos de interés público, especialmente culturales y deportivos. Se deben impedir asociaciones directas o indirectas entre programadores de canales y operadores de red. El sector debe ser monitoreado de forma dinámica para impedir cualquier tipo de prácticas anticompetitivas.

11) Prohibición de concesiones a políticos

El marco normativo debe reiterar la prohibición constitucional de que políticos en ejercicio de mandato puedan ser dueños de medios de comunicación objeto de concesión pública, y se debe extender esa prohibición al cónyuge, compañero o pariente inmediato, colateral o por afinidad, hasta el tercer grado, inclusive. Se deben adoptar medidas complementarias para evitar el control indirecto de las emisoras.

12) Garantía a la producción y circulación de contenido nacional y regional y estímulo a la programación independiente

Es preciso reglamentar el artículo 221 de la Constitución Federal, garantizando cuotas de circulación de contenido nacional y regional donde esa diversidad no se impone naturalmente. Esos mecanismos se justifican por la necesidad de garantizar la diversidad cultural, por el estímulo al mercado audiovisual local y por la garantía de espacio a la cultura y a la lengua nacional, respetando las variaciones etnolingüísticas del país. El nuevo marco debe contemplar también políticas de fomento a la producción, distribución y acceso a contenido nacional independiente, con la democratización regional de los recursos, desconcentración de los beneficiarios y garantía de acceso de las mujeres y de la población negra a la producción de contenido. Esa medida debe estar articulada con iniciativas ya existentes en el ámbito de la cultura, ya que, a la vez, combate la concentración económica y promueve la diversidad de contenido.

13) Promoción de la diversidad étnico-racial, de género, de orientación sexual, de clases sociales y de creencia

Se deben instituir mecanismos para asegurar que los medios de comunicación: a) garanticen espacio a los diferentes géneros, razas y etnias (incluyendo comunidades tradicionales), orientaciones sexuales, clases sociales y creencias que componen el contingente poblacional brasileño, en coherencia con su representación en la sociedad, promoviendo la visibilidad de grupos históricamente excluidos; b) promuevan espacios para la expresión de diversas organizaciones de la sociedad civil en su programación. Además de eso, el nuevo marco normativo debe estimular el acceso a la producción mediática a cualquier segmento social que quiera visibilizar sus preocupaciones en el espacio público, así como articular espacios de visibilidad para tales producciones.

14) Creación de mecanismos de responsabilidad de los medios por violaciones de derechos humanos

Conforme a lo previsto en la Convención Americana de Derechos Humanos, la ley debe prohibir toda propaganda a favor de la guerra, así como toda apología al odio nacional, racial o religioso que constituya incitamiento a la discriminación, a la hostilidad, al crimen o a la violencia. También está previsto que la libertad de expresión esté sujeta a las responsabilidades posteriores a fin de asegurar el respeto de los derechos y de la reputación de las demás personas.

Así, el nuevo marco debe garantizar mecanismos de defensa contra la programación que represente la violación de derechos humanos o prejuicio contra cualquier grupo, en especial los oprimidos y marginalizados – como mujeres, negros, personas LGBT y personas con discapacidad –, el estímulo a la violencia, la ofensa y daños personales, la invasión de la privacidad y el principio de la presunción de inocencia, de acuerdo a la Constitución Federal. En las concesiones públicas, se debe restringir el proselitismo político y religioso o de cualquier opción dogmática que se imponga como discurso único y sofoque la diversidad.

15) Mejoramiento de mecanismos de protección a la niñez y la adolescencia

Brasil ya cuenta con algunos mecanismos de protección a la niñez y la adolescencia en el que se refiere a los medios, que se justifican por la vulnerabilidad de estos sectores. Estos mecanismos deben ser mejorados en los siguientes aspectos: a) extensión de la Clasificación Indicativa existente para la TV abierta, definida por decreto, para otros medios, especialmente la TV por suscripción; su cumplimiento debe ser garantizado en todas las regiones del país, con la ampliación de la estructura de fiscalización; b) institución de mecanismos para asegurar que los medios de comunicación realicen programación de calidad dirigida al público infantil e infanto-juvenil, en el ámbito nacional

y local; c) aprobación de reglas específicas sobre el trabajo de niños y adolescentes en producciones mediáticas; d) prohibición de la publicidad dirigida a niños de hasta 12 años. Todas esas medidas deben tener como referencia lo previsto en el Estatuto del Niño y del Adolescente, en el Código de Defensa del Consumidor y en convenciones internacionales relativas al tema.

16) Establecimiento de normas y códigos que promuevan la diversidad de puntos de vista y el tratamiento equilibrado del contenido periodístico

El contenido informativo de carácter periodístico en los medios bajo concesión pública debe estar sujeto a principios que garanticen el equilibrio en el tratamiento de las noticias y la diversidad de ideas y puntos de vista, de forma tal que se promueva la libertad de expresión y se amplíen las fuentes de información. Esos principios son fundamentales para garantizar la democracia en la comunicación, pero necesitan ser detalladamente establecidos en la ley para que no constituya un manto de censura o injerencia, ni restrinjan el esencial papel de los medios de comunicación como fiscalizadores del poder.

17) Reglamentación de la publicidad

Se debe mantener el actual límite del 25% del tiempo diario dedicado a la publicidad y prohibidos los programas de teletentas o infomerciales en los canales abiertos. Como está previsto en la Constitución Federal, la publicidad de tabaco, bebidas alcohólicas (incluyendo la cerveza), agro tóxicos, medicamentos y terapias deberán estar sujetas a normas especiales y restricciones legales, principalmente en los horarios de programación libre. Se debe también restringir la publicidad de alimentos no saludables, con la definición de horarios inadecuados a la emisión y la divulgación de los daños de esos productos a la salud. Promociones, concursos y votaciones deben ser reglamentados de forma que se garantice total transparencia y garantía de los derechos de los consumidores.

18) Definición de criterios legales y de mecanismos de transparencia para la publicidad oficial

Se deben definir criterios de igualdad legal que eviten una relación de presión de los gobiernos sobre los medios de comunicación o de éstos sobre los gobiernos. Los criterios para la distribución de los recursos deben tener como principio la transparencia de las acciones gubernamentales y la prestación de informaciones al ciudadano y tomar en cuenta la eficacia de la inversión en relación a la visibilidad, a la promoción de la diversidad informativa y a la inducción de la desconcentración de los mercados de la comunicación. La distribución de los presupuestos gubernamentales debe ser transparente, con mecanismos de seguimiento por parte de la sociedad del volumen de recursos aplicados y de los destinatarios de estos recursos, y debe tomar en cuenta los tres sistemas de comunicación: público, privado y estatal.

19) Lectura y prácticas críticas en torno a los medios

La lectura y las prácticas críticas en torno a los medios deben ser estimuladas a través de las siguientes medidas: a) inclusión del tema en los parámetros curriculares de la enseñanza fundamental y la enseñanza media; b) incentivo a espacios públicos e instituciones que discutan, produzcan y sistematicen contenido sobre la educación en torno a los medios; c) estímulo a la distribución de producciones audiovisuales brasileñas para las escuelas y emisoras públicas; d) incentivo a que en los propios medios de comunicación tengan observatorios y espacios de discusión y crítica de los medios, como auditorías/ombudsmen y programas temáticos.

20) Accesibilidad comunicacional

El nuevo marco normativo debe perfeccionar mecanismos legales ya existentes con el objetivo de garantizar la accesibilidad amplia y garantizar, en la programación audiovisual, los recursos

de audio descripción, subtítulo oculto (*closed caption*), interpretación en LIBRAS y audio navegación.

Esos recursos deben ser garantizados también en la guía de programación, aplicaciones interactivas, y receptores móviles y portátiles. Documentos y materiales de consultas públicas y audiencias públicas deben estar disponibles en formatos accesibles para garantizar igualdad de acceso a las informaciones e igualdad de oportunidad de participación de personas con deficiencia sensorial e intelectual. Se debe garantizar la accesibilidad en portales, sitios web, redes sociales y contenidos disponibles en internet, con especial atención a los portales y sitios gubernamentales y publicaciones oficiales.

Observaciones

Estas directrices contemplan los temas cuya nueva reglamentación es urgente. Hay aún otros temas ligados al sector de las comunicaciones o con incidencia sobre él que deben ser tratados por mecanismos específicos, como la reforma de la Ley de Derechos de Autor, el Marco Civil del Internet y la definición de una Ley de Prensa democrática, que contemple temas como el derecho de respuesta y la caracterización de los delitos de opinión (injuria, calumnia y difamación), siempre con base en los principios y objetivos citados en este documento. (*Traducción ALAI*)

La lista de firmas se puede ver en:
www.comunicacaodemocratica.org.br/quem-apoia/



Brasil: Para expresar la libertad

Una nueva ley para un nuevo tiempo

Este 27 de agosto, el Código Brasileño de Telecomunicaciones cumple 50 años. La ley que reglamenta el funcionamiento de las radios y estaciones de televisión en el país es de otro tiempo, de otro Brasil. En 50 años muchas cosas han cambiado. Superamos una dictadura y restablecimos la democracia. Atravesamos una revolución tecnológica y asistimos a un periodo de cambios sociales, políticos y económicos que han permitido la reducción de las desigualdades y la inclusión.

Pero estos cambios no se reflejaron en las políticas de comunicación de nuestro país. Son 50 años de concentración, de negación de la pluralidad. Décadas intentando imponer un comportamiento, un patrón, dictando valores de un grupo que no representa la diversidad del pueblo brasileño. Cinco décadas en las que la mujer, el trabajador, el negro, el *sertanejo*, el indio, el campesino, los gays y lesbianas y otros tantos fueron y siguen siendo invisibilizados por la *media*.

Tenemos una ley vieja y que representa valores viejos. Son 50 años de negación de la libertad de expresión y del derecho a la comunicación para la mayor parte de la población.

Por eso, necesitamos de una nueva ley. Una nueva ley para este nuevo tiempo que vivimos. Un tiempo de afirmación de la pluralidad y de la diversidad. De búsqueda del mayor número de versiones y visiones sobre los mismos hechos.

Un tiempo en que no caben más discriminaciones de ningún tipo. Tiempo de reconocer un Brasil grande, diverso y que tiene en sus diferencias regionales parte importante de su riqueza. Tiempo de convergencia tecnológica, de búsqueda de la universalización del acceso a internet, de reducción de la pobreza y de la desigualdad. Tiempo de buscar igualdad también en las condiciones para expresar la libertad. De afirmar el derecho a la comunicación para todos y todas.

La campaña *Para expresar la libertad* es una iniciativa de decenas de entidades de la sociedad civil que creen que una nueva ley general de comunicaciones es necesaria para cambiar esa situación. No sólo necesaria, sino urgente.

Todas las democracias consolidadas (Estados Unidos, Francia, Portugal, Alemania, entre otras) tienen mecanismos democráticos de reglamentación de los medios de comunicación. En ninguno de esos países, ella es considerada impedimento a la libertad de expresión. Al contrario, es su garantía.

Y es así, porque sin reglamentación democrática, la comunicación produce el escenario que conocemos bien en Brasil: concentración y ausencia de pluralidad y diversidad.

Este nuevo tiempo que vivimos, Brasil no puede continuar oyendo sólo a los pocos y viejos grupos económicos que controlan la comunicación. Necesitamos de una nueva ley para garantizar el derecho que todos y todas tenemos de expresarnos. (*Traducción ALAI*)

Sigue una lista de 30 entidades que participan de la campaña.
Más información: <http://www.paraexpressaraliberdade.org.br/index.php/quem-somos/apresentacao>

Ecuador: conquistas constitucionales que no aterrizan

Capitalizando un estado de ánimo a favor del cambio que se extiende en el país tras más de una década de crisis institucional, Rafael Correa, postulado por el emergente Movimiento País, alcanza un resonante triunfo en las elecciones del 26 de noviembre de 2006. Entre sus principales propuestas incluye la convocatoria a una Asamblea Constituyente¹, la cual logra viabilizarse por decisión popular en las urnas.

Como esta demanda había sido levantada en las movilizaciones de resistencia a la imposición de las políticas neoliberales², en la elaboración de la nueva Carta Magna participan los más

1 Por tal razón este movimiento político no presentó candidaturas para el Congreso.

2 El núcleo duro de la Constitución de 1998, entonces vigente, tiene como marco la agenda neoliberal, si bien contiene una sección que plasma demandas de varios sectores sociales.

diversos sectores sociales con sus propuestas específicas y generales por lo que en ella se cristalizan la voluntad de cambio y las aspiraciones populares para conseguir transformaciones estructurales; de ahí que recibe el respaldo del 63,93% de votos en el referéndum del 28 de septiembre de 2008 para su aprobación definitiva.

Entre los logros constitucionales alcanzados consta el reconocimiento de la comunicación, información y cultura como derechos humanos fundamentales y articuladores del Régimen del Buen Vivir. De hecho, la comunicación se incorpora transversalmente en todo el texto constitucional. Varios artículos relacionados con plurinacionalidad, educación, cultura, salud, participación social, derechos de los pueblos indígenas, de la niñez, las mujeres, las personas con discapacidades, entre otros, hacen referencia a la comunicación, el acceso a los medios, la información, la libertad de expresión.

De forma expresa señala (Art. 16):

Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a: una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y en sus propios símbolos; el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; la creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas; el acceso y uso de todas las formas de comunicación

visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad; e integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Igualmente dispone (Art. 17) que el Estado fomente la pluralidad y diversidad en la comunicación, por tanto que “*No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias*”. Además, prohíbe (Art. 312) a las entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas controlar la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social.

Adicionalmente, entre las disposiciones transitorias, establece que en el plazo de un año, el sector financiero del Ecuador deberá deshacerse de las acciones que posee en los medios de comunicación; y a la Asamblea Nacional le da un plazo máximo de trescientos sesenta días para que apruebe 11 leyes, entre ellas la de comunicación.

Cuestiones de decisión política

Vértigo es la palabra que posiblemente caracteriza de la mejor manera este período constituyente, por la intensidad, dinamismo y confluencias que se registran en el entramado social organizado, ante la urgencia de hacer efectiva la proclama de “pasar de la protesta a la propuesta”.

Las organizaciones y entidades comprometidas con la democratización de la comunicación llegan a esta cita con un recorrido compartido desde tiempos atrás, en cuyo curso lograron

establecer no solo ciertos niveles de conexión (básicamente en torno a iniciativas puntuales para promocionar y defender esta causa), sino también un acumulado propositivo. Y es por eso que en la coyuntura de la constituyente se da un salto organizativo y programático que posteriormente se expresa en la conformación del Foro Ecuatoriano de la Comunicación.

En efecto, este Foro –en el cual confluyen organizaciones sociales e indígenas, gremios del periodismo, sectores académicos, entidades de derechos humanos, medios de comunicación y redes de comunicación internacional– se articula cuando se trata de disputar los términos para desarrollar en la ley las conquistas alcanzadas en la Carta Magna. Por lo mismo, elabora un anteproyecto de ley que ingresa formalmente a la Asamblea Nacional, a la par del presentado por un parlamentario de la derecha y otro de un sector del oficialismo.

Cuando la comisión parlamentaria respectiva ni siquiera había iniciado la redacción del proyecto de Ley de Comunicación, éste ya es tachado de “ley mordaza” por buena parte de la prensa comercial y sectores de oposición como parte de una gigantesca campaña orientada a descalificarla bajo el supuesto de que en materia de comunicación la mejor ley es la que no existe. Y, de hecho, esto repercute para que sea uno de los proyectos más debatidos y para que se empantane en el legislativo, siendo que el mandato constitucional le otorgaba un año para su aprobación.

Además de la presión ejercida por los poderes mediáticos y fácticos, en este estancamiento también incide la actitud ambigua del gobierno frente a esta ley, pues bien pudo someterla a votación cuando el movimiento oficialista contaba con mayo-

ría en la Asamblea. En varias oportunidades el propio presidente Rafael Correa deja en claro que no tiene a esta ley entre sus prioridades.

En este plano más bien prevalece la creciente polarización en las relaciones del Presidente con los medios de difusión, que llega a su pico más alto cuando decide iniciar un juicio por calumnia contra el editor y los propietarios del diario el Universo, que repercute en una estruendosa campaña mediática de condena a nivel internacional por parte de los medios cartelizados.

En este contexto, en la consulta popular del 7 de mayo de 2011, dentro de las 10 preguntas planteadas, el gobierno incluye dos referidas a la comunicación: una para enmendar la Constitución en el sentido de prohibir que las instituciones del sistema financiero privado y las empresas de comunicación privadas, sus directores y accionistas, puedan ser dueños o accionistas fuera de su respectivo ámbito. Y otra para disponer que la Asamblea Nacional promulgue sin dilaciones una Ley de Comunicación que cree un Consejo que regule contenidos violentos, explícitamente sexuales o discriminatorios. En todas las preguntas triunfa el SI.

Como en el curso de la elaboración del proyecto de la Ley de Comunicación se impuso el debate en torno a los medios, en el texto se refleja esta impronta, de ahí que, por ejemplo, pálidamente se refiere a aspectos como el de la interculturalidad y plurinacionalidad que son conquistas sustantivas consagradas en la nueva Constitución. En todo caso, si llega a aprobarse, marcaría un avance significativo para las reivindicaciones históricas del movimiento por la democratización de la comunicación en el continente.

El proyecto de Ley reconoce a la comunicación social como un servicio público que debe ser prestado con responsabilidad y calidad. Establece tres modalidades de gestión de las frecuencias del espectro radioeléctrico: comunitaria, pública y privada en igualdad de condiciones. Impide la concentración oligopólica de los medios, al establecer un límite para una misma persona (natural o jurídica) de una sola frecuencia para matriz en AM, una en FM y una de televisión, en todo el territorio nacional. Y promueve a la producción nacional e independiente, al establecer cuotas mínimas de difusión en las emisoras.

Actualmente cerca del 90% de las frecuencias está en manos privadas. El proyecto de Ley reserva un tercio de las frecuencias para cada sector, que deben entregarse en forma progresiva, a medida que se liberen frecuencias; éstas podrían incluir las que se reviertan al Estado por los motivos dispuestos en la Ley y la Constitución, como también aquellas que la auditoría de frecuencias mandatada por la Constitución señala por haber sido entregadas en forma irregular. Los medios comunitarios se beneficiarían, además, de políticas públicas para su creación y fortalecimiento, como “mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad”.

En ausencia de la nueva ley, y como presión para que se aplique la Constitución, a fines de 2012 varias organizaciones anuncian la campaña “¡Radios comunitarias ya!”, que incluye una plataforma de 7 compromisos con la democratización de la comunicación para interpelar a los candidatos y candidatas a la presidencia y al parlamento que terciarán en las elecciones del 17 de febrero 2013 (ver pag. 255).

1° de julio de 2009

Ecuador: Propuesta para Democratizar la Comunicación

Foro Ecuatoriano de la Comunicación

Ecuador transita por un período de alta significación histórica. El 28 de septiembre de 2008, el país aprobó una nueva Constitución que cristaliza anhelos acumulados de la gran mayoría de la población para alcanzar las transformaciones estructurales indispensables para un convivir justo, equitativo y digno. Entre los logros constitucionales alcanzados se encuentra el reconocimiento de los Derechos de la Comunicación e Información que establecen un marco inédito para avanzar hacia una profunda democratización de la comunicación.

El Foro Ecuatoriano de la Comunicación reivindica y defiende el Derecho a la Comunicación consagrado en la Constitución, la cual en su Art. 16 dispone que: “Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1) Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos”.

El ser humano vive y se desarrolla gracias a la comunicación, la cual es fundamento de todo proceso de organización de la sociedad. Por ello, la comunicación es un derecho humano fundamental. La capacidad comunicativa es lo que permite ser y constituirse de manera individual y diferenciada frente a los otros/

as y en ese reconocimiento construirse como un sujeto libre, con capacidad de pensamiento y actuación, y también parte de un colectivo con el que interacciona y asiente y disiente, para constituirse y construir sociedad. La comunicación es también la base para el ejercicio de todos los derechos.

En este sentido, el Foro considera fundamental que la nueva Ley Orgánica de Comunicación se sustente en la naturaleza pública de la comunicación social con disposiciones que hagan de la sociedad un actor clave para la democratización de las comunicaciones, superando normativas excluyentes del pasado, por estar circunscritas a la relación entre Estado y sector privado empresarial. Esto implica, además, que las regulaciones respecto al Estado no se limiten a sus obligaciones de Respetar y Garantizar el conjunto de derechos sancionados en la Carta Magna, sino que incluyan también de manera taxativa sus obligaciones de Proteger y de Cumplir, para la realización plena de los derechos de comunicación e información.

Además se impone considerar que, debido a los acelerados cambios tecnológicos en el área de la comunicación, el horizonte está marcado por la convergencia digital que implica un entrelazamiento de medios, formatos y contenidos, siendo que voz, videos y textos pueden circular a través de un mismo soporte o red. En consecuencia, se torna imperativo una reglamentación convergente, una ley única y global, que articule las diversas actividades (tecnología, infraestructura y contenidos), bajo el prisma del interés público. Obviamente, por el peso que tiene, consideramos que el sector de las telecomunicaciones debe ser abordado con sus particularidades, pero bajo esta normativa única y global.

Bases para la Ley Orgánica de Comunicación

Principios de una comunicación democrática:

Plurinacionalidad.- en el nuevo Estado se reconoce a los pueblos y nacionalidades originarios y ancestrales como actores políticos con territorio, gobierno, sistema jurídico, económico y cultural que supere los rezagos coloniales. Busca la unidad en la diversidad, en armonía entre naturaleza, sociedad y cultura, con el buen vivir como eje del nuevo proceso civilizatorio.

Interculturalidad.- implica el reconocimiento de relaciones e interacciones respetuosas entre culturas; relaciones justas, recíprocas, solidarias, democráticas y de cooperación; basadas en la igualdad de derechos y la redistribución del poder. Es la posibilidad de repensar nuestra relación con la naturaleza y la espiritualidad.

Igualdad en la diversidad.- el ejercicio de los derechos, en igualdad de condiciones y con justicia social y ecológica y pertenencia cultural, asumiendo las diversidades en tanto elementos cohesionadores y enriquecimiento mutuo. Las diferencias culturales, sociales, de género, o de cualquier otra índole no deben implicar discriminación.

Corresponsabilidad.- para que el Estado y la ciudadanía asuman las obligaciones y deberes para el pleno ejercicio de los principios y derechos de la comunicación.

Participación.- la inclusión autónoma y crítica de todas las personas, colectividades y pueblos en la decisión, conducción, construcción, y evaluación de todos los asuntos relacionados con la comunicación.

Soberanía.- como base de la voluntad y participación del pueblo; es complementaria a la integración regional y a la búsqueda de paz, democracia y justicia social en el contexto internacional.

El Sistema de Comunicación

La Constitución prevé que el Sistema de Comunicación Social asegurará el ejercicio de los derechos en esta materia y fortalecerá la participación ciudadana (Art. 384). El Foro considera que el Sistema de Comunicación debe rebasar la institucionalidad tradicional, con miras a incluir todos los aspectos relacionados con el tema: políticas, actores (privados, públicos, organizaciones sociales y comunitarias, pueblos), medios, telecomunicaciones, institucionalidad y normativa, para garantizar el pleno ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución. Asimismo, debe garantizar el ejercicio de un control de la ciudadanía sobre la formulación de políticas, la calidad de los servicios y contenidos. Y además, debe tener la debida articulación con los sistemas de educación, cultura, salud, etc.

El órgano rector del sistema, con rango ministerial, sería el encargado de definir, formular y ejecutar las políticas públicas y planes comunicacionales, de garantizar el ejercicio de los principios y derechos de la comunicación, de fomentar, regular y controlar las entidades, procesos y recursos que conforman el Sistema y de coordinar con los actores involucrados.

Además, se debe conformar una instancia autónoma (Consejo) de participación social encargada de velar y contribuir al ejercicio pleno de la comunicación y de la libertad de expresión, de proponer políticas y planes públicos de comunicación; de la defensa y garantías de los tres sectores de medios; de impulsar mecanismos de participación ciudadana; y de procesar los reclamos de la ciudadanía. En su conformación participarán representantes de distintos sectores de la sociedad (pueblos y nacionalidades, organizaciones sociales, comunicadores, escuelas y facultades de comunicación, etc.). Esta instancia autónoma contará con un mecanismo descentralizado de funcionamiento (regional – municipal).

Control social

El control y la participación social son fundamentales para que los medios puedan cumplir a cabalidad sus objetivos. Los ciudadanos/as y organizaciones cumplen un papel activo frente a los medios. Tienen derecho a contar con programas de calidad, con contenidos eminentemente educativos y culturales e información contextualizada, verificada y libre de contenidos sexistas, racistas, violentos, discriminatorios o xenófobos. Tienen derecho a participar en la elaboración de criterios de programación y contenidos de los medios. Deben ejercer los derechos de respuesta o rectificación cuando se considere que han sido agraviados o perjudicados por imágenes e informaciones inexactas o injuriosas. Tienen derecho a organizar veedurías y observatorios de medios y a recibir apoyo del Estado para el cumplimiento de estas tareas. Para defender y promover estos derechos, los usuarios y usuarias pueden organizarse contando con todas las garantías legales.

Para cualificar el control social, el Estado debe incorporar programas de capacitación en lectura crítica de medios de comunicación en el sistema educativo formal y no formal.

Los medios de comunicación

El Foro concibe a los medios como un servicio público antes que como un negocio. Reconoce su papel y responsabilidad social. La función primordial de éstos es servir a la comunidad y al interés colectivo y facilitar el debate y la deliberación para que la población ejerza su derecho a actuar e incidir en la sociedad. Por lo tanto, el Foro se opone a todo tipo de oligopolio o monopolio en el campo mediático. Las entidades y grupos financieros no podrán participar en el control del capital, en la inversión o el patrimonio de los medios de comunicación social.

El pueblo ecuatoriano tiene derecho a contar con medios plurales y diversos, que reflejen las particularidades sociales, étnicas, culturales, lingüísticas y otras del país. La Constitución vigente reconoce y garantiza igualdad de condiciones a los tres tipos de medios: comunitarios, públicos y privados, y por lo tanto deben tener derecho a acceder en forma equitativa, transparente y descentralizada a las fuentes de información y a la publicidad oficial, para democratizar la distribución de información y los recursos para la comunicación.

Los medios no deben estar sometidos a censura previa, pero sí asumir responsabilidad por lo que difunden, entendiendo que el interés superior es el bien común y a ese bien común se llega a través de un ejercicio profesional y profundamente ético. En el diseño de sus formatos y contenidos deberán tomar en cuenta los criterios y las sugerencias de la ciudadanía. Además, deben difundir públicamente su programación, la nómina de sus directivos y accionistas, sus formas de financiamiento y los códigos de ética que los rigen.

La legislación debe establecer las debidas sanciones ante la violación a los derechos de réplica y rectificación, previstos en la Constitución. La libertad de opinión no puede ser invocada para difundir afirmaciones, que sin verificación, atenten contra la dignidad y honra de terceros.

Los medios públicos pertenecen a la sociedad ecuatoriana. Su finalidad es producir y difundir contenidos esencialmente educativos y culturales de calidad que reflejen las diversidades, que promuevan los derechos de la naturaleza y fomenten la interculturalidad, la identidad, la soberanía y la integración nacional y latinoamericana. Responden a las demandas sociales y no gubernamentales, por lo que su estructura y línea editorial deben ser independientes.

Los medios comunitarios: tienen como finalidad impulsar las capacidades de expresión, incidencia y participación activa de las

nacionalidades, pueblos indígenas, afroecuatorianos y montubios y sectores populares, dentro del Estado Plurinacional e Intercultural, así como el fortalecimiento de las identidades, de las bases sociales, sus formas propias de organización y de cohesión comunitaria. Su programación se define con la participación de la comunidad. No persiguen fines de lucro. Su propiedad y dirección corresponden pueblos y nacionalidades y a organizaciones sociales, de distinto índole.

Los medios privados pertenecen a personas naturales y jurídicas, reconocidas por la Constitución y las leyes. Su finalidad social es la establecida para todos los medios.

Para favorecer la aplicación del carácter plurinacional e intercultural del Estado ecuatoriano, reconocido en la Constitución y pagar la deuda social e histórica con los pueblos y nacionalidades, se requiere la creación de un fondo para instalar y mantener sus medios de comunicación y el acceso, uso y apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs).

La adjudicación de frecuencias

El espectro radioeléctrico es un bien de dominio público, inalienable, imprescriptible e inembargable y limitado. La Constitución establece que lo administra y controla el Estado (Art. 312), el cual debe garantizar “la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias” (Art. 17). En consecuencia, la legislación debe normar la concesión de frecuencias del espectro en partes iguales, a estos tres sectores.

Las frecuencias para medios audiovisuales comunitarios tendrán las mismas características de potencia y cobertura que se establezcan para medios públicos y privados.

Los pueblos y nacionalidades podrán tener acceso a cada uno de los tres sectores. De las frecuencias establecidas para los medios comunitarios se les deberá asignar un mínimo del 20%.

Los criterios de reparto tripartito de las frecuencias deben mantenerse en el nuevo sistema de frecuencias digitales; pero además, el sistema que se adopte debe permitir multiplicar las frecuencias abiertas, a fin de democratizar la comunicación. Estos mismos criterios deben aplicarse también a la TV por cable.

La Constitución, asimismo, garantiza: “el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas”, cuidando de que en su utilización prevalezca el interés colectivo. Se entiende por bandas libres a aquellas que se ubican en el espectro de 2.4 y 5.8 GHz que en el país se conocen como MDBA (modulación digital de banda ancha) y que no necesitan ser licenciadas. Estas redes inalámbricas corren el riesgo de saturación y utilización solamente en función de grandes intereses privados, por lo que deben ser reguladas precautelando el interés colectivo, y dando prioridad a aquellas redes que trabajan en salud, educación, ciencia, promoción social y otras que procuran el buen vivir.

Programación y espacios

Conforme a lo señalado en el Art. 2 de la Constitución, todos los medios públicos de comunicación están obligados a mantener programación y espacios regulares para promover los idiomas y lenguas de los pueblos y nacionalidades.

En los medios comerciales, se debe establecer franjas horarias y secciones con igual propósito. Este tratamiento debe mantenerse en todo tipo de programas: cultural, educativo, de opinión o recreativo-deportivo.

Movimientos convergentes en comunicación

La legislación y las políticas públicas deben prever un régimen particular para los medios de las nacionalidades, en sus propios idiomas y lenguas.

Los medios de comunicación deben establecer contenidos de calidad dedicados a la niñez y la juventud en espacios y horarios apropiados; y para otros grupos humanos no considerados por criterios comerciales.

El Estado y los medios de comunicación deben promover, privilegiar y asignar espacios para la difusión de la producción nacional y regional independiente, con estándares de calidad, incluyendo espacios para la producción de las nacionalidades y pueblos. Los canales de televisión de alcance nacional o regional deben incluir en su programación al menos un 30% de tiempo para la difusión audiovisual y cinematográfica nacional/regional, en horarios apropiados a la audiencia, porcentaje que debe incrementarse progresivamente.

Los medios de comunicación están obligados a diferenciar explícitamente los espacios informativos de los de opinión.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs)

La Constitución reconoce como derecho el acceso universal a las TICs (Art. 16). Por lo mismo, su cobertura, acceso y uso debe ser ampliado, para el ejercicio efectivo de este derecho, tanto con respecto a las tecnologías existentes, como de las que se vayan incorporando, para evitar cualquier tipo de monopolización que conculque los derechos referidos.

El desarrollo de las industrias y servicios de telecomunicaciones debe permitir tanto la inversión privada, como las iniciativas de economía social y solidaria, y aquellas desarrolladas sobre la base del conocimiento compartido y abierto.

Como estas tecnologías ofrecen también grandes posibilidades de desarrollar conocimientos y aplicaciones que podrían destinarse a mejorar las condiciones económicas y sociales del país, el Estado y las instituciones educativas deben promover la investigación científica y tecnológica en comunicación bajo este criterio. Ello incluye el uso preferencial de software libre en la administración pública y en la educación, además del fomento a la creación nacional de software.

Las decisiones nacionales sobre opciones tecnológicas con implicaciones para el futuro del país, por ejemplo, la televisión digital, deben ser objeto de un amplio debate público, y basarse en criterios del buen vivir, y no solamente en intereses tecnológico-mercantiles.

Puesto que las tecnologías digitales generan una posibilidad inédita de vigilar a la ciudadanía, violar la privacidad y la intimidad, acceder y usar indebidamente datos personales, la legislación debe proveer las protecciones y garantías adecuadas y establecer sanciones a las violaciones a estos derechos, cometidas por entes públicos o privados.

Los/as trabajadores y trabajadoras de la comunicación social

Todas las personas que trabajan en la comunicación social deben cumplir y posibilitar el ejercicio del derecho a la comunicación de toda la población.

Se debe garantizar la cláusula de conciencia, el secreto profesional y reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación social.

El libre acceso a la información pública y transparencia

Todas las entidades públicas o privadas que manejen presupuestos del Estado deben estar obligadas a informar sobre sus actividades y uso de recursos, de manera transparente.

Los medios y profesionales de la comunicación social y la ciudadanía tienen el derecho de demandar y recibir información transparente y oportuna de las entidades públicas y de las privadas que manejen fondos del Estado o que realicen funciones públicas. La legislación debe establecer sanciones por el incumplimiento.

La promoción y publicidad

La publicidad y la promoción deben enmarcarse en el respeto a los derechos humanos, a los derechos de la naturaleza, y orientarse por el interés social.

La publicidad debe fomentar hábitos y costumbres que mejoren la calidad de vida y contribuir a un consumo racional. La publicidad debe identificarse claramente como tal y no confundirse como programación general. No puede recurrir al engaño ni la mentira.

Ninguna publicidad comercial debe estar dirigida a niños/as menores de 10 años, ni ubicarse en horarios destinados a esa edad.

La publicidad y promoción oficial deberán difundirse por los medios de cobertura nacional, regional, provincial y local, atendiendo a un criterio de pertinencia social y cultural (no al rating). Se enmarcarán en lo dispuesto por la Constitución respecto a los idiomas y lenguas de los pueblos y nacionalidades.

Vigencia y respeto a otras formas de comunicación

Además de los medios de comunicación social, existen muy variadas formas de información y expresión, en la diversidad de pueblos, comunidades y colectividades: expresiones artísticas, recreacionales, creativas, de inclusión de personas con capacidades especiales y otras. Estas formas de comunicación, que nacen de la identidad colectiva, deben tener la oportunidad de ser valorados y reconocidos en el ámbito público. Deben contar con garantías y políticas de promoción, espacios de expresión y participación, sin restricciones.

Foro Ecuatoriano de la Comunicación

Fuente: http://movimientos.org/foro_comunicacion/show_text.php3?key=14784

Quito, noviembre de 2012

Ecuador: 7 compromisos para hacer realidad el derecho a la comunicación

Apelamos a los candidatos y candidatas a elección popular a pronunciarse frente a los siguientes planteamientos, destinados a cumplir con los derechos de la comunicación de los ecuatorianos y ecuatorianas garantizados en la Constitución.

1) Una nueva ley de Comunicación

La Constitución de 2008 y la consulta popular de 2011 obligan a la Asamblea Nacional a aprobar una nueva ley de comunicación.

Esta ley debe ser una alta prioridad del próximo periodo legislativo y debe asegurar que el derecho a la comunicación y la libertad de expresión sean efectivamente derechos de toda la ciudadanía, no únicamente de algunos medios, incluyendo, entre otros, la distribución equitativa de las frecuencias, restricciones al número de frecuencias que pueda tener una persona o empresa, y cuotas para la producción nacional e independiente.

2) Distribución equitativa de las frecuencias

“El Estado garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias” (Constitución, Art. 17).

Sin necesidad de esperar una nueva ley, se deben dar pasos inmediatos hacia la distribución equitativa de las frecuencias de radio y televisión entre los tres sectores, con prioridad al sector comunitario por ser el más relegado. Uno de los mecanismos para liberar las frecuencias necesarias debe ser la reversión inmediata de las frecuencias asignadas en forma irregular, según consta en el *Informe de la Comisión para la Auditoría de Frecuencias*.

3) Plurinacionalidad y derechos de los pueblos

“Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas (...) Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna”. (Art. 57).

Ecuador es un Estado plurinacional, por lo tanto la distribución de frecuencias de radio y televisión debe contemplar una reserva significativa para pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianos y montubios, en todo el país.

4) Políticas públicas para desarrollar radios y televisoras comunitarias

El Estado “facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios” (Art. 17).

Muchas comunidades y organizaciones de la sociedad civil tienen escasas posibilidades de acceder a los recursos y conocimientos necesarios para crear y sostener una radio o televisoras

comunitaria. Se requiere de políticas públicas de apoyo, sobre todo en la fase de arranque y hasta lograr la sostenibilidad.

5) Impedir la concentración de frecuencias

El espectro radioeléctrico es un sector estratégico que deberá “orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social” (Art. 313) El Estado “no permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias” (Art. 17)

La promoción de la diversidad y el pluralismo deben ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión. La concentración de las frecuencias atenta contra la pluralidad y diversidad de la información y la libertad de expresión. Por lo tanto, las autoridades correspondientes deben evitar la entrega de nuevas frecuencias a quienes ya las detentan; y se debe aplicar una política redistributiva de las nuevas señales digitales de radio y televisión.

6. Fomentar la producción audiovisual nacional

Bajo el Régimen del Buen Vivir será responsabilidad del Estado “establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales”. (Art. 380).

Para ello, se deben adoptar políticas públicas de fomento a la producción audiovisual nacional, a la producción independiente y a la música nacional.

7. Reparto equitativo de la publicidad estatal

“El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto (...) Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación (...) en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada”. (Art. 17.)

La publicidad estatal representa una fuente importante de financiamiento para los medios de comunicación. Por lo mismo, debe repartirse en igualdad de condiciones para los distintos sectores de medios incluyendo a medios pequeños, comunitarios y rurales; pues al concentrarse en los grandes medios, refuerza los monopolios y oligopolios de la comunicación.

Campaña ¡RADIOS COMUNITARIAS YA!

Bolivia: participación indígena en las iniciativas legislativas

La Constitución boliviana, aprobada por voto popular en 2009, es de las pocas en América Latina que reconoce explícitamente el derecho a la comunicación de la ciudadanía, desarrollado en sus artículos 106 y 107. Garantiza la libertad de expresión, a la vez que defiende los principios de veracidad y responsabilidad en los medios; estipula que el Estado apoyará la creación de medios comunitarios en igualdad de condiciones; protege los derechos de trabajadores y trabajadoras de la prensa; prevé la limitación de monopolios y oligopolios. Además, reconoce el derecho de los pueblos indígenas a crear y administrar sistemas, medios y redes propios de comunicación (art. 30). Y encara la comunicación como herramienta transversal para la cultura, la educación, el conocimiento, etc.

Estas cláusulas requieren ahora de Leyes que normen su aplicación, lo cual ha avanzado en algunos aspectos. En mayo de 2011, la Asamblea Legislativa Plurinacional comenzó a trabajar en una ley de telecomunicaciones, pero sin abrir un debate público. Cuando las organizaciones indígenas y medios comunitarios se enteraron, comenzaron a preocuparse al consta-

tar que el texto de la ley no tenía coherencia con lo que manda la Constitución. Al involucrarse en el proceso, se vio que era una oportunidad para, a falta de una ley general de comunicación, incluir en la Ley de Telecomunicaciones ciertas normativas para garantizar derechos y democratizar más el espectro radioeléctrico.

En este proceso entró a actuar el Sistema Plurinacional de Comunicación, entidad conformado por cinco confederaciones indígenas, originarias y campesinas de Bolivia: la Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia (Cidob), la Confederación Sindical Única de Trabajadores Campesinos e Indígenas de Bolivia (Csutcb), la Confederación Sindical de Comunidades Interculturales de Bolivia (Cscib), la Confederación Nacional de Mujeres Campesinas Indígenas Originarias de Bolivia - Bartolina Sisa (Cnmciob-BS) y el *Consejo Nacional* de *Ayllus* y *Markas* y del Qollasuyu (Conamaq), a más del Centro de Formación y Realización Cinematográfica (Cefrec) como entidad técnica de apoyo.

Conversamos sobre este proceso, y las perspectivas respecto a nuevas iniciativas legislativas, con **Humberto Claros**, miembro de la Csutcb, e integrante de la Coordinadora Audiovisual Indígena Originaria de Bolivia (CAIB).

El comunicador califica de “avance trascendental” lo conseguido con la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación (Ley 164), que finalmente fue promulgada en agosto de 2011, y que trata básicamente de las frecuencias, el espectro radioeléctrico y los entes reguladores.

“A un principio nos decían que es una ley técnica, que no tiene mucho que ver con contenidos, pero nosotros consideramos que lo técnico corresponde a una concepción política y democrática de la comunicación”, comenta Claros. “En ese sentido nosotros hemos hecho propuestas, avances, hemos influenciado en la reformulación de esta ley, porque no tenía coherencia con la Constitución, ni el espíritu de los cambios sociales y políticos que se estaban viviendo en Bolivia”.

Las organizaciones del Sistema Plurinacional de Comunicación se apropiaron del tema de la Ley. Las propuestas que formularon, presentadas al Congreso por el Pacto de Unidad, buscan cambiar el enfoque inicial que tenía este Proyecto de Ley, “haciendo más visible el objetivo de la verdadera democratización de las telecomunicaciones y de acceso universal a estas tecnologías, tomando en cuenta que la comunicación es un bien público con accesibilidad para todos, no debe ser privatizado ni mercantilizado”.¹

Propusieron incluir principios de Transparencia, Plurinacionalidad, Descolonización, Equidad de Género y Generacional y Responsabilidad Social. Se propuso también que “la ley reconozca la importancia política, cultural y comunicacional que pueden jugar las telecomunicaciones y la comunicación e información en el proceso descolonizador y de construcción del Estado Plurinacional, así mismo que se deben garantizar el acceso y migración de medios comunitarios y de los pueblos y naciones Indígenas Originarias Campesinas Interculturales y

1 Comunicado de APC Bolivia, 20/06/2011 <http://www.apcbolivia.org/inf/noticia.aspx?fill=65&Id=8&D86Fv&fil=9&hsdate=10&BD54SSDfcrada=&%FS45>. (Consultado 19/12/2012). En el mismo enlace se encuentra el texto de las propuestas de reformulación de la Ley.

Afrobolivianos a las nuevas tecnologías”². Además, se planteó que el Estado respete la autodeterminación comunicacional de los pueblos y naciones.

Como un logro central en la Ley, Humberto Claros destaca la distribución de frecuencias, que se hace entre cuatro sectores: los sectores comercial y estatal, cada uno con hasta el 33%; y se estableció el sector social comunitario con hasta 17% y los pueblos indígenas originarios y campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas, también con hasta 17% (que entre ellos suman el 34%). La propuesta inicial del Pacto de Unidad era de 25% para cada uno de los cuatro sectores.

Altibajos del proceso de participación

Para lograr este resultado, las cinco organizaciones indígenas “trabajamos, hicimos una comisión con dirigentes, comunicadores y algunos técnicos, sociólogos que han estado trabajando en la Asamblea Constituyente” para hacer propuestas concretas para la ley. “Nosotros llegamos a todos los niveles de discusión, estuvimos en la comisión especial, la ley hicimos rebotar, discutimos nuevamente, fue una pelea dura; los asambleístas eran nuestros pero no garantiza que las cosas van a salir bien”, reconoce el integrante de CAIB. Ello porque hubo también muchas presiones de la derecha. Nuestro entrevistado describe el primer borrador de la Ley como “terrible, descabellado. Se dijo que la derecha y algunos propietarios de medios de comunicación incluso habían financiado para que alguien lo redactara... Estamos saliendo de un estado neoliberal que ha dejado también como herencia una mentalidad neoliberal

2 Ibid.

y tenemos nosotros que hacer entender, reflexionar a nuestros legisladores que esos son los aspectos que manda la Constitución. De esta manera fue nuestro trabajo y así lo estamos haciendo con las demás legislaciones”.

En algunos momentos hubo un intento de trabajar propuestas conjuntamente con medios comunitarios e intelectuales, pero no avanzó mucho por algunas diferencias. No obstante, llama la atención que otros sectores sociales no se involucraron en el tema, incluyendo periodistas y el sector sindical urbano. “Tenemos una grave ausencia de eso –opina el comunicador– y ahí sí hace falta un mecanismo de participación social, que falta construirlo. Se conoce a Bolivia por todas sus movilizaciones y puede extrañar porque no ha habido participación de estos sectores; sin embargo, nosotros indicamos en nuestra propuesta que se tienen que respetar a los social-comunitarios y esos sectores que precisamente no han participado ahora tienen su parte en la nueva distribución de frecuencias, estos sectores que podemos identificar como grupos culturales, etc.” Claros reconoce que en otra coyuntura, hubiese sido diferente ir solos, pero que la coyuntura relativamente les favoreció por tener sus propios legisladores en el Congreso y poder reunirse con ellos.

En cuanto a los medios comerciales, al final no se registró tanta oposición al reparto de frecuencias como se temía: “a nosotros nos extrañó mucho, esta distribución en la ley de telecomunicaciones, no escuchamos tanta reacción al respecto –señala nuestro entrevistado–. Claro que aquí hay un asunto elemental: estamos a unos años nomás de que entre en vigencia la era de las frecuencias digitales. Nosotros nos imaginamos que hay una apuesta en este sentido, porque en la ley de telecomunica-

ciones no establecen la distribución de las frecuencias digitales, sino que lo deja a un decreto supremo, que para nosotros es un reglamento; pero también dejó a un decreto supremo las frecuencias de AM; no lo estableció. Ahora, la reglamentación, que ya salió, ratifica que la distribución de las AM es la misma que está en la distribución de frecuencias ya establecida (en la Ley). Nosotros imaginamos que por un asunto de coherencia, la distribución de las frecuencias digitales tiene que ser en este mismo sentido. Y seguramente vamos a incursionar para ratificar esa misma distribución”.

Si bien la Ley ya está vigente, en algunos aspectos su implementación va a demorar. En temas como tecnologías de información y telefonía, ya entró en vigencia. Y también para las frecuencias en la zona rural, donde hay espacio libre en el espectro, explica Claros. Sin embargo, en las ciudades es distinto. “Las frecuencias están agotadas, están en manos justamente de los privados y un gran porcentaje entre ellos también están en la Iglesia Católica, que tiene sus diferentes formas de expresión ante la sociedad”. Las anteriores concesiones se remplazaron con la figura legal de contrato con el Estado. “Conforme vaya terminando el contrato o la licencia de cada propietario, entra en vigencia la nueva distribución de frecuencias y aquí los que más tienen que perder son los privados porque ellos son los que más tienen. El orden de prioridades que hace la reglamentación general de telecomunicaciones es la siguiente: la primera frecuencia que sea liberada la va a adquirir el Estado, que se manifiesta en diferentes niveles gubernamentales y también en diferentes entidades, como es el caso de las universidades en Bolivia. Si el Estado no la quisiera tomar, o si se liberara una segunda frecuencia, entonces esa corresponde para los pueblos indígenas, en el orden de prioridades;

y en el tercer lugar, en el orden de prioridades estaría el sector social y comunitario. Estamos hablando de juntas vecinales, asociaciones, clubs de madres, grupos culturales, en fin, hay tantas formas”.

Otros cuerpos legales

Aparte de la Ley de Telecomunicaciones, se está avanzando también en la elaboración de otros cuerpos legales que tiene que ver con la comunicación. Humberto Claros menciona la Ley Contra el Racismo, que refiere a “cómo hacer uso de los medios para luchar contra este mal social; y cómo los medios deben cuidar, en su diaria transmisión, de no incurrir en estos delitos”. También la Ley de Políticas Lingüísticas, que apunta a revitalizar los idiomas, entre otros a través de los medios de comunicación. También se abordan aspectos de comunicación en la Ley Electoral.

Otra ley en la cual incidieron las organizaciones indígenas fue la Ley del Seguro de Vida para Trabajadores de la Prensa, aprobada en diciembre de 2012. Una de sus propuestas, que fue acogida, era la de distinguir entre cuatro sectores de trabajadores de la prensa. Así, la ley diferencia entre quienes ejercen funciones en medios de comunicación escritos, radiales, televisivos y digitales, públicos y privados; en medios de comunicación de las naciones y Pueblos Indígena Originario Campesinos y de las Comunidades Interculturales y Afrobolivianas; en medios de comunicación del sector social comunitario; así como todas las personas que ejerzan funciones como productores independientes autogestionarios.

Además, está en pleno debate el anteproyecto de Ley del Cine. “En las esferas gubernamentales y el Ministerio de Culturas hemos logrado primero entablar una discusión social y política de qué y cómo podría ser la ley, sin meternos demasiado en los detalles de los artículos, incisos, etc.”.

Un tema que atraviesa estos debates es la plurinacionalidad. “Hay importantes reflexiones: el asunto de la descolonización en la comunicación en Bolivia. La Ley del Cine también está abordando estos aspectos. Nosotros también lo propusimos para la de telecomunicación, que no se logró, pero en la del cine se está ya hablando sobre los principios fundamentales que hacen la plurinacionalidad. Se está hablando sobre la descolonización, la despatriarcalización, se está hablando por ejemplo del control social, cómo se van a incluir estos aspectos en las normativas comunicacionales; se está hablando de la responsabilidad social de los medios de comunicación. Cuando se habla de comunicación, inmediatamente saltan los asuntos de descolonización, de plurinacionalidad: qué se entiende, cuáles tendrían que ser ahora los roles de la comunicación. Incluso los medios comerciales: qué rol social tendrían que cumplir, porque son medios de comunicación social y tendrían que hacer honor a ese nombre”.

Hacia una Ley de Comunicación

Entretanto, en el Sistema Plurinacional de Comunicación se ha venido trabajando también por la construcción de una Ley General de Comunicación, aunque se ha tenido que dejarlo a un lado temporalmente para abordar las leyes que ya se venían elaborando desde el Estado.

El integrante de CAIB precisa: “Como proyecto, tenemos como perspectiva futura la Ley de Comunicación. En el encuentro plurinacional para profundizar el cambio, en diciembre de 2011 y en enero de 2012, como Csutcb, logramos incluir en la agenda legislativa una Ley de Comunicación; es decir, es un tema pendiente; pero yo creo que todavía ni siquiera el gobierno se atreve a lanzar una propuesta, lo que de pronto podría ser un error políticamente, porque una propuesta justamente tendría que salir de los sectores sociales, porque el gobierno boliviano y los medios privados comenzaron una pelea dura de acusaciones mutuas de dictadores, de manipuladores, mentirosos y todas estas cosas. Políticamente, no sé si sea tan viable que el gobierno lance la propuesta, sino más bien los sectores sociales. Para la Ley de Comunicaciones estamos construyendo un mecanismo, una ruta de construcción de la ley que involucre a varios sectores».

Sally Burch / ALAI.

Ley N° 164, 8 de agosto de 2011

Bolivia: Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación

(Extractos)

Artículo 1. (Objeto). La presente Ley tiene por objeto establecer el régimen general de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, del servicio postal y el sistema de regulación, en procura del vivir bien garantizando el derecho humano individual y colectivo a la comunicación, con respeto a la pluralidad económica, social, jurídica, política y cultural de la totalidad de las bolivianas y los bolivianos, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas del Estado Plurinacional de Bolivia. [...]

Título III Telecomunicaciones

Capítulo Primero Espectro Radioeléctrico

Artículo 8. (Plan Nacional de Frecuencias).

I. El Plan Nacional de Frecuencias reglamentará el uso equitativo y eficiente del espectro radioeléctrico a nivel nacional, considerando, entre otros, los aspectos económicos, de seguridad,

educativos, científicos, de interés público y técnicos conforme a políticas de Estado, intereses nacionales y compromisos internacionales aprobados, con el objeto de optimizar su uso y evitar interferencias perjudiciales.

II. La administración, asignación, autorización, control, fiscalización y supervisión del uso de las frecuencias electromagnéticas en redes de telecomunicaciones, radiodifusión y otras en el territorio nacional corresponde al nivel central del Estado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, de acuerdo al Plan Nacional de Frecuencias.

Artículo 9. (Uso del Espectro Radioeléctrico).

I. Los derechos de uso del espectro radioeléctrico derivados de una licencia de radiodifusión no podrán cederse, arrendarse, venderse, transferirse ni pignorarse, excepto en casos especiales y específicos establecidos en reglamento, debidamente aprobados por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.

II. Se requiere de una licencia para hacer uso de frecuencias del espectro radioeléctrico, excepto para aquellas frecuencias que se producen como resultado de emisiones por el uso de equipos industriales, científicos y médicos que empleen el espectro radioeléctrico; ni para la operación de radiadores involuntarios; ni para la operación de radiadores voluntarios de potencia muy baja, de acuerdo a lo establecido en reglamento.

III. El Plan Nacional de Frecuencias podrá establecer bandas de frecuencias de uso libre, considerando recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones – UIT.

Artículo 10. (Distribución de Frecuencias para Radiodifusión).

I. La distribución del total de canales de la banda de frecuencias

Movimientos convergentes en comunicación

para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a nivel nacional donde exista disponibilidad, se sujetará a lo siguiente:

1. Estado, hasta el treinta y tres por ciento.
2. Comercial, hasta el treinta y tres por ciento.
3. Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento.
4. Pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas hasta el diecisiete por ciento.

La asignación de frecuencias se realizará de la siguiente forma:

1. Las frecuencias destinadas al Estado serán definidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central.
2. Las frecuencias destinadas al sector comercial serán asignadas por licitación pública.
3. Las frecuencias destinadas al sector social comunitario y los pueblos indígena originario campesinos, y comunidades interculturales y afrobolivianas, serán asignadas mediante concurso de proyectos, y su calificación se realizará mediante indicadores objetivos.

II. Los detalles técnicos y normativos, como el procedimiento de la licitación pública y el de concurso de proyectos, serán establecidos mediante reglamento.

III. La distribución de bandas de frecuencias para el servicio de radiodifusión televisiva digital será establecida en el respectivo plan de implementación aprobado mediante decreto supremo.

IV. La asignación de bandas de amplitud modulada y onda corta para el servicio de radiodifusión, responderá a reglamento. [...]

Capítulo Quinto
***Autorizaciones y contratos para la
prestación de servicios de telecomunicaciones y tecnologías
de información y comunicación***

[...]

Artículo 30. (Licencia de Radiodifusión).

I. La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes otorgará la licencia de radiodifusión para la operación de redes y provisión de servicios de radio y televisión, a los solicitantes que deseen operar una red o proveer el servicio con alcance nacional o departamental, previa obtención de la licencia de frecuencias y presentación de los requisitos establecidos y cuando así lo determinen los planes aprobados por el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, orientados al vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos, a través de un contrato suscrito entre la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes y el operador o proveedor.

II. La vigencia de las licencias de radiodifusión será de quince años, pudiendo ser renovadas por una sola vez por igual período, siempre que su titular haya cumplido con las disposiciones previstas en esta Ley, en sus reglamentos y en la licencia respectiva. El operador cesante podrá participar en la licitación para el otorgamiento de una nueva licencia.

III. Ninguna persona natural o jurídica, por sí o por interpuesta persona, podrá obtener licencia de radiodifusión en una misma área de servicio, para más de una estación de radio en una misma banda de frecuencias. En televisión abierta, no se podrá obtener licencia de radiodifusión en una misma área de servicio para más de una estación de televisión analógica o digital. Esta misma restricción opera con relación a los accionistas de una empresa que cuenta con licencia para tales servicios. [...]

Artículo 36. (Otorgación de Licencias en el Área Rural).

I. Para la operación de redes públicas y provisión de servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación en el área rural, se podrá obtener licencia bajo el procedimiento de otorgación directa, conforme a reglamento.

II. Cualquier persona individual o colectiva, legalmente establecida en el país, interesada en operar redes y proveer servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación en el área rural, deberá presentar una solicitud a la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, acompañando los requisitos e información mínima de acuerdo a lo establecido en reglamento.

III. Por su carácter social, la operación de redes públicas y provisión de servicios de telecomunicaciones en el área rural, están exentas del pago de tasas y derechos de asignación y uso de frecuencias y de los aportes al financiamiento de los proyectos de telecomunicaciones orientados al acceso universal de las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación. [...]

Artículo 39. (Prohibiciones para el Otorgamiento de Licencias).

No se otorgarán licencias a:

1. Los dignatarios de los Órganos Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral, personal militar y policial en actividad y Director Ejecutivo de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, sea a título personal o como integrantes de una sociedad. En caso de que dicho carácter sea sobreviniente a la autorización, no generará incompatibilidad.
2. Aquellas personas que tengan relación de parentesco hasta el primer grado de consanguinidad o afinidad con

dignatarios de los Órganos Ejecutivo, Legislativo, Judicial, Electoral, el Ministro de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, el Viceministro de Telecomunicaciones, las Autoridades de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.

3. Aquellas personas naturales o jurídicas, miembros de juntas o consejos directivos y socios de personas jurídicas a quienes por cualquier causal se les haya revocado la licencia para operar una red y proveer servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación o revocado la licencia para hacer uso del espectro radioeléctrico.
4. Aquellas personas que tengan pliego de cargo ejecutoriado, sentencia condenatoria ejecutoriada en materia penal, pendientes de cumplimiento. [...]

Capítulo Treceavo
Obligaciones económicas de los
operadores y proveedores

[...]

Artículo 64. (Exención).

[...]

II. Los servicios de radiodifusión provistos por los pueblos y naciones indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas, están exentos del pago del uso de frecuencias y del derecho de asignación siempre que utilicen frecuencias establecidas en el Plan Nacional de Frecuencias y cumplan con los aspectos técnicos relacionados con su uso.

III. Los servicios de radiodifusión provistos por los sectores social comunitario en el área urbana pagarán, la tasa de regulación y el derecho de asignación, exceptuando el derecho de uso de frecuencia.

Capítulo Catorceavo
Telecomunicaciones de inclusión social

Artículo 65. (Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social).

I. Se crea el Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social – PRONTIS, dependiente del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, destinado al financiamiento de programas y proyectos de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, que permitan la expansión de redes de telecomunicaciones y desarrollo de contenidos y aplicaciones, para el logro del acceso universal en áreas rurales y de interés social.

II. El Órgano Ejecutivo reglamentará el funcionamiento, control y mecanismos de administración del Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social – PRONTIS.

III. Los recursos del Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social – PRONTIS no podrán ser utilizados para fines distintos a los establecidos en el presente Artículo.

Artículo 66. (Financiamiento de Proyectos de Acceso Universal a las Telecomunicaciones Tecnologías de Información y Comunicación).

I. El financiamiento de los proyectos de telecomunicaciones de inclusión social orientados al acceso universal de las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, tendrán las siguientes fuentes de financiamiento:

1. El importe por asignación y uso de frecuencias, multas, los montos de licitaciones, remate de bienes secuestrados definitivamente, recursos de la venta de pliegos, ejecución de boletas de garantía, excedentes de transferencias a nuevos titulares y otros recursos, serán depositados por

la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, previa deducción del pago de las obligaciones correspondientes a la Unión Internacional de Telecomunicaciones – UIT por concepto de contribuciones anuales, directamente en una cuenta bancaria del Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social – PRONTIS, destinados a materializar el financiamiento de proyectos de acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.

2. Recursos externos, donaciones y cooperación internacional.
3. Los operadores y proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación con excepción de los proveedores de servicios de radiodifusión, aportarán obligatoriamente del uno hasta el dos por ciento de sus ingresos brutos emergentes de la provisión de los servicios prestados. La forma de cálculo del porcentaje deberá considerar el monto de los ingresos de los operadores y proveedores, de acuerdo a reglamento. Esta obligación reemplazará las metas de expansión en el área rural del servicio local, de larga distancia nacional e internacional y de telefonía pública.

II. Las redes que sean beneficiadas con el financiamiento de proyectos a las telecomunicaciones de inclusión social, deberán ser accesibles a los demás operadores y de acuerdo al costo determinado en la oferta básica de interconexión o a lo que establezca la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.

III. El Ministerio a cargo del sector de telecomunicaciones, elaborará planes y proyectos para expandir la infraestructura de telecomunicaciones para la provisión del acceso universal al servicio de internet de banda ancha hasta el año 2015, que permita reducir los costos de la salida internacional. La administración y utilización de dicha infraestructura, servicios de voz, ancho de

banda de internet y otros servicios, serán establecidas mediante reglamento.

Artículo 67. (Ejecución). La ejecución del Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social – PRONTIS, estará a cargo de la Unidad de Ejecución de Proyectos del PRONTIS. El Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda suscribirá contratos para la ejecución de proyectos de telecomunicaciones de inclusión social con empresas de telecomunicaciones con participación estatal mayoritaria. Si estas empresas no pudiesen ejecutar los proyectos de telecomunicaciones de inclusión social, el Ministerio podrá licitar los proyectos entre los operadores de servicios establecidos en el país.

Artículo 68. (Articulación). El Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda coordinará la articulación del Plan de Tecnologías de la Información y Comunicación con los planes de salud, educación, culturas, comunicación y demás planes sectoriales, que permitan la optimización de recursos, promoviendo el desarrollo de aplicaciones y la conectividad en todo el territorio del Estado. [...]

Título IV

Desarrollo de contenidos y aplicaciones de tecnologías de información y comunicación

Capítulo Primero

Las tecnologías de la información y comunicación en el Estado Plurinacional

Artículo 71. (Prioridad Nacional). Se declara de prioridad nacional la promoción del uso de las tecnologías de información y comunicación para procurar el vivir bien de todas las bolivianas y bolivianos.

Artículo 72. (Rol del Estado).

I. El Estado en todos sus niveles, fomentará el acceso, uso y apropiación social de las tecnologías de información y comunicación, el despliegue y uso de infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección de las usuarias y usuarios, la seguridad informática y de redes, como mecanismos de democratización de oportunidades para todos los sectores de la sociedad y especialmente para aquellos con menores ingresos y con necesidades especiales.

II. Las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de sus funciones.

III. El Estado promoverá de manera prioritaria el desarrollo de contenidos, aplicaciones y servicios de las tecnologías de información y comunicación en las siguientes áreas:

1. En educación, como medio para la creación y difusión de los saberes de las bolivianas y los bolivianos en forma universal y equitativa.
2. En salud, como mecanismo para desarrollar el sistema de alerta temprana, bases de administración de recursos en salud y plataformas de acceso a la información y consultas del sector.
3. En gestión gubernamental, como mecanismo para optimizar los sistemas existentes y crear nuevos para atender la demanda social, facilitar el acceso y uso intensivo de estos sistemas a nivel interno de cada unidad gubernamental, entre entidades gubernamentales, entre las ciudadanas y ciudadanos con las entidades gubernamentales.
4. En lo productivo, como mecanismo para optimizar, hacer eficiente y reducir los costos de la economía plural debiendo desarrollarse aplicaciones de tecnologías de la información y comunicación.

5. En comunicación e información, como mecanismo que permita garantizar los derechos a la libre expresión, a la diversidad de la palabra y a la participación activa, plural e informada de las bolivianas y los bolivianos.

Artículo 73. (Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación – COPLUTIC).

I. Se crea el Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación – COPLUTIC, con la finalidad de proponer políticas y planes nacionales de desarrollo del sector de tecnologías de información y comunicación, coordinar los proyectos y las líneas de acción entre todos los actores involucrados, definir los mecanismos de ejecución y seguimiento a los resultados.

II. El Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación –COPLUTIC, estará integrado por el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda que lo preside, el Ministerio de Comunicaciones, Ministerio de Educación, Ministerio de Planificación del Desarrollo y la Agencia de Desarrollo para la Sociedad de la Información en Bolivia – ADSIB.

III. El funcionamiento del Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación – COPLUTIC se establecerá en reglamento. [...]

Capítulo Segundo

Gobierno Electrónico y Software Libre

[...]

Artículo 77. (Software Libre).

I. Los Órganos Ejecutivo, Legislativo, Judicial y Electoral en todos sus niveles, promoverán y priorizarán la utilización del software libre y estándares abiertos, en el marco de la soberanía y seguridad nacional.

II. El Órgano Ejecutivo del nivel central del Estado, elaborará el plan de implementación de software libre y estándares abiertos en coordinación con los demás órganos del Estado y entidades de la administración pública. [...]

Título VII

Participación y control social en telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación y servicio postal

Artículo 110. (Alcance).

I. La sociedad civil organizada participará del diseño de las políticas públicas de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación y del servicio postal, ejerciendo el control social en todos los niveles del Estado a la calidad de los servicios públicos.

II. El Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda, y la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, garantizarán la creación de espacios permanentes de participación y control social, el acceso a la información y la realización de audiencias públicas.

III. Los Gobiernos Autónomos Departamentales, garantizarán la creación de espacios permanentes de participación y control social, en la formulación de las políticas departamentales de telecomunicaciones en telefonía fija, redes privadas y radiodifusión, como en el seguimiento y evaluación a la calidad de los servicios.

IV. Los Gobiernos Autónomos Municipales e indígena originario campesinos, garantizarán la creación de espacios permanentes de participación y control social, para el seguimiento y evaluación a la calidad de los servicios públicos de telecomunicaciones

Movimientos convergentes en comunicación

y tecnologías de información y comunicación, así como del servicio postal, a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes.

V. La participación y control social se regirá por lo establecido en la Constitución Política del Estado y la Ley vinculada a su ejercicio, sin perjuicio de la aplicación de otros mecanismos de rendición de cuentas, fiscalización y control.

VI. El control social no retrasará, impedirá o suspenderá, la ejecución o continuidad de planes, programas, proyectos y actos administrativos de los servicios públicos de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, así como del servicio postal, salvo que se demuestre un evidente y potencial daño al Estado, a los intereses o derechos colectivos, específicos y concretos. El potencial daño será determinado por autoridad competente.

Documento completo: <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/normas/view/139394>

Uruguay:

Medios comunitarios tienen su ley

El 14 de noviembre de 2007, el Senado uruguayo aprobó, por mayoría, un proyecto de ley que reconoce al sector de los medios de radio y televisión comunitarios, como un tercer sector en la radiodifusión, complementario a los medios comerciales y estatales, y obliga al Estado a promover y garantizar su existencia.

La ley fue impulsada por un grupo de medios comunitarios, organizaciones y personas de la sociedad civil y la academia, quienes a partir de 2005 elaboraron un proyecto de ley y lograron presentarlo al parlamento con el apoyo de diputados del Frente Amplio (el partido de gobierno). Reserva un tercio de las frecuencias disponibles en AM, FM y TV abierta, en cada zona geográfica, con miras a garantizar una mayor diversidad en la propiedad de medios de comunicación. Además, por primera vez se incluyen procedimientos transparentes y no discrecionales para el otorgamiento de frecuencias.

No se establecen límites de potencia y cobertura geográfica para las emisoras comunitarias (como ocurre en otros países como Brasil o Chile). Tampoco existen restricciones para el financiamiento, incluyendo la publicidad. Se crea, además, un Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión (CHARC) con representantes de los medios comunitarios, de la sociedad civil, el parlamento, el gobierno y las universidades, el cual debe opinar sobre cada adjudicación de frecuencias.

La implementación de la Ley enfrenta dificultades, particularmente para aplicar la reserva de un tercio en las ciudades, donde hay saturación del espectro; además, hay muchas radios que operan sin haber logrado aún conseguir el permiso. Sin embargo, se considera que ha contribuido para la legitimación social de los medios comunitarios. A continuación reproducimos las principales cláusulas de la Ley.

ALAI

9 de enero de 2008

Uruguay: Ley N° 18.232
Servicio de Radiodifusión Comunitaria
(Extracto)

[...]

**Capítulo II: Servicio de Radiodifusión
Comunitaria**

Artículo 4º. (Servicio de radiodifusión comunitaria).- El Estado tiene la obligación de garantizar y promover el servicio de radiodifusión comunitaria en base a los derechos y principios consagrados en el Capítulo I.

Se entenderá por servicio de radiodifusión comunitaria el servicio de radiodifusión no estatal de interés público, prestado por asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica o por aquellos grupos de personas organizadas que no persigan fines de lucro (artículos 6º y 13 de la presente ley) y orientado a satisfacer las necesidades de comunicación social y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y a la libertad de expresión de los habitantes de la República.

Su finalidad será la promoción del desarrollo social, los derechos humanos, la diversidad cultural, la pluralidad de informaciones y opiniones, los valores democráticos, la satisfacción de las necesidades de comunicación social, la convivencia pacífica y el fortalecimiento de los vínculos que hacen a la esencia de la identidad cultural y social del Uruguay. No podrán realizar proselitismo

mo político-partidario o religioso, ni promover la discriminación de raza, etnia, género, orientación sexual, religión, edad o de cualquier otro tipo constituyendo la transgresión a estas disposiciones, causal para la suspensión o revocación del permiso.

En ningún caso se entenderá que el servicio de radiodifusión comunitaria implica necesariamente un servicio de cobertura geográfica restringida. Dicha área estará definida por su finalidad pública y social y dependerá de la disponibilidad y planes de uso del espectro y la propuesta comunicacional de la emisora.

De acuerdo con la función y responsabilidad que poseen los servicios de radiodifusión comunitaria, su programación deberá ser preferentemente de producción propia y nacional (departamental o local).

La programación también incluirá espacios de producción independiente, preferentemente la realizada por grupos sociales o personas que habiten el área de alcance de la emisora y siempre que la misma sea compatible con la finalidad del servicio.

Artículo 5º. (Reserva del espectro radioeléctrico).- El Poder Ejecutivo, previo informe de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) y opinión del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria, reservará para la prestación del servicio de radiodifusión comunitaria y otros sin fines de lucro, al menos un tercio del espectro radioeléctrico por cada localidad en todas las bandas de frecuencia de uso analógico y digital y para todas las modalidades de emisión.

La reserva deberá ser actualizada anualmente y será de conocimiento público.

Artículo 6º. (Titulares).- Podrán ser titulares del servicio de radiodifusión comunitaria las asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica reconocidas por el Ministerio de Educa-

ción y Cultura o en trámite de constitución.

Podrán serlo también aquellos grupos de personas organizadas sin fines de lucro, en los términos que prevé el artículo 13 de la presente ley. En este último caso, una o más personas físicas, que integren real y efectivamente la organización y ejerzan autoridad en la misma, deberán hacerse enteramente responsables de los contenidos a emitir mediante declaración jurada a presentar ante el Ministerio de Educación y Cultura, con formalidades análogas a las previstas en el artículo 4º de la [Ley N° 16.099](#), de 3 de noviembre de 1989, en lo que sea pertinente. Todo ello sin perjuicio de cumplir con los demás requisitos establecidos en los literales siguientes del presente artículo:

- A) Los titulares de un servicio de radiodifusión comunitaria y sus directores, administradores, gerentes o personal en quien se delegue la autoridad y responsabilidad en la conducción y orientación de la emisora, no podrán ser beneficiarios ni adjudicatarios de participar, parcial o totalmente, directa o indirectamente, de más de una frecuencia por banda de radiodifusión para el servicio de radiodifusión comunitaria. Dichas personas tampoco podrán ser titulares o parientes de titulares (en línea recta o colateral hasta el segundo grado) de otros medios de radiodifusión no comunitarios.
- B) Los directores, administradores, gerentes o personal en quien se delegue la autoridad y responsabilidad de la conducción y orientación de la emisora deberán ser ciudadanos naturales o legales en ejercicio de la ciudadanía, estar domiciliados real y permanentemente en la República, en el área de alcance o cobertura de la emisora.

Artículo 7º. (Adjudicación del Poder Ejecutivo).- La asignación del canal respectivo del espectro radioeléctrico para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión comunitaria requerirá de resolución del Poder Ejecutivo de conformidad con la reglamentación correspondiente, previo informe técnico de la

Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) y opinión preceptiva del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria. Este último contará con un plazo de sesenta días para pronunciarse. De no hacerlo en el plazo referido se interpretará en términos favorables la solicitud.

El principio general para la asignación de frecuencias para servicios de radiodifusión comunitaria será el concurso abierto y público, previa realización de audiencia pública.

El proceso de asignación de frecuencia se hará:

- A) A través de llamados públicos que serán realizados con amplia publicidad y en principio al menos dos veces al año, atendiendo a planes y políticas nacionales de gestión del espectro. Sin perjuicio de lo anterior, ante una solicitud de una entidad interesada y existiendo disponibilidad del espectro radioeléctrico en la localidad, el Poder Ejecutivo no podrá negar la apertura de un llamado a concurso público ampliamente publicitado, en un plazo no mayor de ciento ochenta días desde que fuera substanciada la solicitud.
- B) Si no hubiera otros interesados, previa audiencia pública y pleno cumplimiento de los requisitos previstos, se asignará a la asociación interesada una frecuencia en las condiciones establecidas en el llamado.

El Poder Ejecutivo estará obligado a conceder la asignación de frecuencia de servicio de radiodifusión comunitaria, cuando substanciado el concurso público y abierto, especialmente convocado al efecto, o efectuada una solicitud de interesado en ausencia de concurso, se cuente con opinión favorable del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y se cumpla con los requisitos y procedimientos exigidos en esta ley y su reglamentación.

En cada caso y según la modalidad de asignación, los requisitos

administrativos y económicos y las características técnicas exigidas serán únicamente las estrictamente necesarias para garantizar su funcionamiento y el más pleno ejercicio de derechos al conjunto de los habitantes de la República.

Artículo 8º. (Criterios para la asignación de frecuencias).-

Las asignaciones de frecuencias para servicios de radiodifusión comunitaria tendrán opinión preceptiva por parte del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y se otorgarán en consideración a los siguientes criterios:

- A) El plan de servicios a la comunidad que pretende brindar el solicitante, en consonancia con los principios que definen al servicio de radiodifusión comunitaria (artículo 4º de la presente ley).
- B) Los mecanismos previstos para asegurar la participación ciudadana en la gestión y programación de la emisora.
- C) Los antecedentes de trabajo social y comunitario en la zona de cobertura solicitada.
- D) Las referencias de personas, organizaciones o instituciones sociales representativas del plan de servicios a la comunidad y de la propuesta de comunicación que se pretende brindar así como la formación en el área de la comunicación.

Artículo 9º. (Plazo).- Las asignaciones de frecuencias para el servicio de radiodifusión comunitaria serán otorgadas por un plazo de diez años.

Podrán prorrogarse por períodos de cinco años condicionado al cumplimiento de las condiciones de asignación y la celebración de una audiencia pública previa y siempre que no existan limitaciones de espectro confirmado por informes técnicos. En caso contrario, y si hubiere otros interesados, será posible la renovación por cinco años previo concurso en las condiciones fijadas por esta ley y el reglamento respectivo.

Artículo 10. (Sustentabilidad económica).- Las entidades sin fines de lucro que brinden servicio de radiodifusión comunitaria tendrán derecho a asegurar su sustentabilidad económica, independencia y desarrollo, a cuyos efectos podrán obtener recursos, entre otras fuentes, de donaciones, aportes solidarios, auspicios, patrocinios y publicidad, de acuerdo a las normas vigentes.

La totalidad de los recursos que obtengan las entidades que brinden el servicio de radiodifusión comunitaria, por y para este servicio, deberán ser invertidos en el funcionamiento y en mejoras en la prestación del mismo y en el desarrollo de los objetivos del servicio de radiodifusión comunitaria.

La ausencia de finalidad de lucro debe ser entendida como la actividad que no persigue la obtención de ganancias para su acumulación o su distribución o su inversión en objetivos diferentes de los que corresponden al servicio de radiodifusión comunitaria (artículo 4º de la presente ley).

Será considerada distribución de ganancia la fijación de salarios para los titulares de la concesión, cuando los mismos superen el mínimo establecido para el sector y categoría de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.

Se realizará una auditoría anual en las emisoras comunitarias a los efectos de demostrar la correcta aplicación del inciso primero del presente artículo y su coherencia con los principios del servicio.

Artículo 11. (Intransferibilidad).- Los titulares originales de frecuencias de radiodifusión comunitaria no podrán ceder, vender, arrendar o transferir de ninguna forma a terceros los derechos derivados de la asignación. Será absolutamente nulo lo actuado en contra de la presente disposición.

Artículo 12. (Revocatoria).- Serán pasibles de revocatoria de la asignación recibida, aun antes del plazo establecido, aquellas emisoras que, previa opinión de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) y el Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria, y cumplidas las garantías del debido proceso:

- A) Incumplan los objetivos y finalidades del servicio de radiodifusión comunitaria para los cuales les fue asignada dicha frecuencia.
- B) Incumplan el Plan de Servicios a la Comunidad y otros compromisos asumidos públicamente.
- C) Cuyos titulares, directores, administradores, gerentes o personal en quien se delegue la autoridad y responsabilidad en la conducción y orientación de la emisión incumplan las condiciones expresadas en los literales A) y B) del [artículo 6º](#) de la presente ley.
- D) Cedan, vendan, arrienden o transfieran de cualquier forma los derechos derivados de la asignación.
- E) No inviertan los recursos económicos obtenidos de acuerdo a lo establecido en el inciso segundo del [artículo 10](#) de la presente ley.

Artículo 13. (Frecuencias compartidas para uso de carácter comunitario).- El Poder Ejecutivo, dentro de la reserva de espectro prevista en el [artículo 5º](#) de la presente ley, con asesoramiento de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), asignará una o más frecuencias por departamento para ser utilizadas exclusivamente y de manera compartida por iniciativas con carácter comunitario.

Podrán utilizar parcialmente estas frecuencias compartidas para uso de carácter comunitario (algunas horas o días a la semana):

- A) Las asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica.

- B) Aquellos grupos de personas organizadas que no persigan fines de lucro y cuyas propuestas de comunicación, en opinión del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria, tengan carácter local y resulten compatibles con la finalidad del servicio de radiodifusión comunitaria.

El uso de estos espacios compartidos se extenderá por un plazo igual o menor a un año. En el caso de las propuestas provenientes de instituciones educativas de carácter universitario o iniciativas sociales que no pudieran hacer uso completo de una frecuencia pero acrediten y justifiquen sostener la iniciativa por más tiempo, podrán renovar o prorrogar su uso por plazos iguales, previa evaluación de los compromisos asumidos, opinión favorable del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y aprobación de la Dirección de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura.

Las frecuencias para uso de carácter comunitario se compartirán entre los solicitantes que tuvieran interés, de acuerdo a los procedimientos y criterios de selección previstos en la presente ley y en la reglamentación respectiva.

Compete a la Dirección de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura promover y difundir la libertad de expresión y el derecho a la información, en especial a través de las frecuencias que previamente le serán asignadas, identificando y asignando el uso compartido de las mismas a iniciativa de carácter comunitario sin fines de lucro.

Todos y cada uno de los espacios de carácter comunitario deberán ser asignados por concurso abierto u otro mecanismo competitivo. Los requisitos exigidos serán compatibles con lo establecido en el inciso cuarto del [artículo 7º](#) de la presente ley.

Capítulo III: Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria

Artículo 14. (Participación ciudadana).- El Poder Ejecutivo deberá establecer mecanismos que garanticen la participación ciudadana en la aplicación de la normativa sobre radiodifusión comunitaria y en la elaboración, decisión, implementación y seguimiento de las políticas hacia el sector.

Artículo 15. (Creación del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria).- Créase un Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria que actuará en forma independiente y en la órbita administrativa de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), el cual será consultado preceptivamente para la elaboración del reglamento de esta ley, los pliegos y mecanismos de asignación de frecuencias y la consideración de las solicitudes presentadas, entre otras.

Artículo 16. (Integración).- El Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria estará integrado por nueve miembros honorarios: un representante del Ministerio de Industria, Energía y Minería que lo presidirá, un representante del Ministerio de Educación y Cultura, un miembro no Legislador designado por la Asamblea General, dos representantes de los medios de radiodifusión comunitarios, un representante de la Universidad de la República, un representante rotativo de las Universidades privadas reconocidas por el Ministerio de Educación y Cultura que posean las carreras de Comunicación y dos representantes de las organizaciones no gubernamentales que tengan como finalidad el estudio, promoción y defensa de la libertad de expresión.

Artículo 17. (Cometidos).- El Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria tendrá como cometidos:

- A) Participar en la elaboración de la reglamentación de la presente ley y de los pliegos y procedimientos para la

asignación de frecuencias del servicio de radiodifusión comunitaria.

- B) Determinar las pautas para la evaluación de los criterios de selección, en consideración a los requisitos previstos en el [artículo 8º](#) de la presente ley.
- C) Emitir opinión en todos los trámites de asignación de frecuencias del servicio de radiodifusión comunitaria, en relación con todos los aspectos de la solicitud de que trate y su conformidad o no con las finalidades del servicio de radiodifusión comunitaria (inciso primero del [artículo 4º](#) de la presente ley).
- D) Convocar, junto a la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), las audiencias públicas previstas en la presente ley y presidirlas.
- E) Garantizar la publicidad y el acceso de cualquier persona a conocer las actuaciones que se sustancien en los procedimientos de asignación de frecuencias de servicio de radiodifusión comunitaria.
- F) Determinar los medios idóneos para la difusión y publicidad de la solicitud de asignación.
- G) Emitir opinión en todos los procedimientos de contralor realizados por la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) que tengan por objeto determinar si el servicio brindado cumple o ha cumplido con sus compromisos y la finalidad del servicio de radiodifusión comunitaria ([artículos 7º, 8º, 10, 12, 13 y 20](#) de la presente ley).

[...]

Documento completo: <http://goo.gl/WVdnD>

Una iniciativa del “Pueblo Legislador” en Venezuela

En el año 2011 se presenta en la Comisión del Poder Popular y Medios de la Asamblea Nacional venezolana, el Anteproyecto de Ley de Medios Comunitarios y de la Comunicación Popular, por iniciativa de medios comunitarios, consejos comunales y otras expresiones del poder popular, con el respaldo de 40.000 firmas.

Este es el segundo proyecto de ley que ingresa al Parlamento mediante la figura del “Pueblo Legislador”, que permite a la ciudadanía elaborar proyectos jurídicos. Desde que entra en debate parlamentario en noviembre de 2011, suscita resistencias por parte de los partidos de oposición.

Se estima que hay más de 1200 medios alternativos y comunitarios en el país que se beneficiarían de este cuerpo legal. En su preámbulo (exposición de motivos) el anteproyecto resalta que:

Hemos realizado un debate nacional y público que involucró a la más amplia diversidad de colectivos, movimientos sociales y grupos organizados de las distintas expresiones de la comunicación popular conformados en Pueblo Comunicador, para presentar este Proyecto de Ley de Comunicación del Poder Popular ante la Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, con la finalidad de desarrollar, articular y consolidar la comunicación liberadora y ser parte del sistema de Leyes del Poder Popular, para contribuir a la refundación de la República y a la construcción colectiva de un Estado Democrático y Social de Derecho y de Justicia. [...]

Nosotros, como Pueblo Legislador, protagonista del proceso revolucionario de cambios sociales y políticos que se desarrollan en el país, y frente a la dominación mediática, nos declaramos comunicadores bolivarianos, respetuosos de la libertad de expresión y la pluralidad, humanistas, solidarios, ecologistas, defensores y protectores del ambiente, integracionistas, amantes de la paz y la justicia social, respetuosos de la diversidad cultural, consustanciados con nuestros derechos constitucionales y la gesta emancipadora.¹

A continuación presentamos extractos de la versión actualmente en debate de este proyecto de ley.

ALAI

1 <http://goo.gl/agYdj>

Venezuela: Proyecto de Ley de Comunicación del Poder Popular

(Versión en segundo debate - Extracto)

Título I

Disposiciones fundamentales

Objeto

Artículo 1. Esta Ley tiene por objeto impulsar, desarrollar y consolidar la comunicación del Poder Popular, como derecho humano fundamental, así como normar la organización, funcionamiento y articulación de las iniciativas de las comunidades organizadas, los movimientos y organizaciones sociales, para la comunicación participativa, protagónica y emancipadora.

Comunicación del Poder Popular

Artículo 2. La comunicación que regula esta ley, como ámbito del Poder Popular, es un proceso colectivo, sin fines de lucro, que transmite los valores humanos, sociales, democráticos y de equidad; creando una nueva conciencia social y un nuevo modelo comunicacional bajo formas de gestión popular, que impulsa la comunicación liberadora para la construcción del estado comunal.

[...]

Finalidades

Artículo 4. La presente ley tiene las siguientes finalidades:

1. Impulsar la organización del pueblo en el ejercicio de la democracia participativa y protagónica, para la construcción de la sociedad democrática de equidad y de justicia.
2. Garantizar el derecho a la comunicación libre y plural, a través de la socialización y el acceso a los medios de comunicación del Poder Popular.
3. Regular la organización, funcionamiento y formación de la comunicación del Poder Popular.
4. Democratizar el espectro radioeléctrico, mediante políticas inclusivas de equidad para los medios de comunicación del Poder Popular, atendiendo al marco normativo vigente.
5. Articular a los actores y actrices de la comunicación del Poder Popular.
6. Establecer los mecanismos de participación en el proceso de la comunicación del Poder Popular.
7. Asegurar la sustentabilidad de la comunicación del Poder Popular.
8. Incentivar políticas nacionales que garanticen el desarrollo y la soberanía tecnológica en función de la comunicación del Poder Popular. Impulsar la corresponsabilidad social en la ejecución del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación.

Principios y Valores

Artículo 5. La comunicación del Poder Popular se inspira en la doctrina del Libertador Simón Bolívar, y se rige por los principios y valores de democracia participativa y protagónica, interés colectivo, servicio público sin fines de lucro, complementariedad, diversidad cultural, defensa de los derechos humanos, corresponsabilidad, deber social, cogestión, autogestión, autogobierno, cooperación, solidaridad, transparencia, honestidad, eficacia, eficiencia, efectividad, universalidad, responsabilidad, rendición

de cuentas, control social, libre debate de ideas, voluntariedad, sustentabilidad ambiental, igualdad social y de género, garantía de los derechos de la mujer, de los niños, niñas y adolescentes y de toda persona en situación de vulnerabilidad, de equidad, justicia y defensa de la soberanía nacional, la autodeterminación del pueblo y la integridad territorial de la Nación. [...]

Título II:

Organización de la comunicación del poder popular

Capítulo I

Del Consejo Nacional de Comunicación Popular

Consejo Nacional de Comunicación Popular

Artículo 7. Se crea el Consejo Nacional de Comunicación Popular adscrito a la Vicepresidencia de la República, cuyas funciones son la coordinación y el desarrollo colectivo y articulado de políticas relacionadas con la promoción, formación y financiamiento de las instancias y organizaciones de la comunicación del Poder Popular, a través del fondo para el desarrollo de la comunicación del Poder Popular.

Atribuciones del Consejo Nacional de Comunicación Popular

Artículo 8. Son atribuciones del Consejo Nacional de Comunicación Popular, las siguientes:

1. Diseñar, formular y coordinar políticas y estrategias que consoliden el modelo de comunicación del Poder Popular en correspondencia con el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación.
2. Organizar, dirigir y administrar el fondo para el desarrollo de la comunicación del Poder Popular.

3. Aprobar los proyectos a ser financiados con recursos del fondo para el desarrollo de la comunicación del Poder Popular, previa evaluación de su viabilidad y factibilidad.
 4. Diseñar y promover los programas de capacitación y formación en comunicación del Poder Popular.
 5. Coordinar y supervisar el funcionamiento de las unidades de formación y producción de contenidos.
 6. Promover la participación ciudadana en la comunicación del Poder Popular.
 7. Articular las distintas instancias de la comunicación del Poder Popular.
 8. Registrar y otorgar personalidad jurídica a los diversos actores y actrices de la comunicación del Poder Popular.
 9. Celebrar convenios con los órganos y entes del Poder Público, para la capacitación, formación, asistencia técnica y actualización tecnológica.
 10. Promover el intercambio y difusión de saberes, conocimientos y tecnologías a nivel nacional e internacional, preferiblemente con los esquemas de integración regional en Latinoamérica y el Caribe para potenciar la comunicación del Poder Popular.
 11. Establecer su normativa interna de funcionamiento.
 12. Supervisar y controlar el uso eficiente, la administración y la correcta ejecución de los recursos otorgados.
 13. Cualquier otra establecida en la presente ley y su reglamento.
- [...]

Capítulo II

De los Consejos Populares de Comunicación

Consejos Populares de Comunicación

Artículo 11. Son instancias organizativas del Poder Popular, cuyo objeto es desarrollar la comunicación popular en su ámbito geográfico o sectorial, en correspondencia con las políticas y

estrategias diseñadas colectivamente y emanadas del Consejo Nacional de Comunicación Popular. Adquirirán su personalidad jurídica una vez formalizado su registro por ante el Consejo Nacional de Comunicación Popular.

Atribuciones de los Consejos Populares de Comunicación

Artículo 12. Son atribuciones de los Consejos Populares de Comunicación las siguientes:

1. Formular planes, programas, proyectos y acciones de la comunicación del Poder Popular en su ámbito geográfico o sectorial de acuerdo a las directrices del Consejo Nacional de Comunicación Popular.
2. Promover en su ámbito geográfico o sectorial la participación protagónica para la creación del modelo de comunicación liberadora.
3. Articular los Medios de Comunicación, las Unidades de Formación y Producción para la Comunicación Popular y las Productoras y Productores Comunitarios en su ámbito geográfico o sectorial.
4. Ejercer la contraloría social.
5. Cualquier otra que se le atribuya en la presente ley y su reglamento.

Funcionamiento de los Consejos Populares de Comunicación

Artículo 13. El periodo de los voceros y voceras del Poder Popular que formaran parte de los Consejos Populares de Comunicación será de dos años, pudiendo ser reelectos, y el procedimiento para su elección será establecido en el reglamento de la presente Ley. Para la instalación, deliberación y decisión en los Consejos Populares de Comunicación, se requerirá de la mitad más uno de sus integrantes.

Agregación de los Consejos Populares de Comunicación

Artículo 14. Los Consejos Populares de Comunicación podrán constituir sistemas de agregación entre sí, con el propósito de articularse en el desarrollo de la Comunicación Popular para fortalecer la capacidad de acción sobre aspectos territoriales, políticos, económicos, sociales, culturales, ecológicos y de seguridad y defensa de la soberanía nacional, de conformidad con la Constitución de la República y la Ley.

Capítulo III

De los medios, productores y comunicadores

Medios de Comunicación del Poder Popular

Artículo 15. Son prestadores de servicios de comunicación popular, y sin fines de lucro, bajo las figuras jurídicas de empresas de propiedad social directa comunal, que funcionarán en el ámbito territorial, nacional, estatal o comunal. Se regirán por lo establecido en la ley que regula la materia de economía comunal.

Unidades de Formación y Producción para la Comunicación del Poder Popular

Artículo 16. Son organizaciones adscritas al Consejo Nacional de Comunicación Popular, destinadas a la formación, certificación y apoyo a los productores de la comunicación del Poder Popular en sus diversas modalidades: impresos, sonoros, audiovisuales, electrónicos, digitales, muralísticos u otros.

Productores y Productoras de la Comunicación del Poder Popular

Artículo 17. Son productores de contenidos, certificados por las Unidades de Formación y Producción.

Título III

De las concesiones y habilitaciones

Concesiones y Habilitaciones

Artículo 18. El órgano rector en materia de telecomunicaciones otorgará las concesiones y habilitaciones con sus respectivos atributos a los medios de comunicación del Poder Popular.

Atributos

Artículo 19. Son atributos de los medios de comunicación del Poder Popular la radiodifusión sonora y la televisión abierta, en sus diversas modalidades de transmisión radioeléctrica: analógica, digital terrestre, satelital; o electrónicas: por cable, internet u otras redes de comunicación.

Requisitos para obtener las frecuencias

Artículo 20. Para obtener la disponibilidad de bandas de frecuencias utilizadas por los medios de comunicación popular, deberán cumplir con los requisitos legales, técnicos y de formación establecidos en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, la presente Ley y su reglamento.

Título IV

Del fondo para el desarrollo de la comunicación del Poder Popular

Fondo para el Desarrollo de la Comunicación del Poder Popular

Artículo 21. Se crea el Fondo para el Desarrollo de la Comunicación del Poder Popular, adscrito al Consejo Nacional de Comunicación Popular, de conformidad con lo establecido en esta ley y su reglamento.

Contribución especial

Artículo 22. Las personas jurídicas, en cuyo objeto se encuentre la actividad publicitaria están obligadas, en función de su responsabilidad social, a liquidar el equivalente al 1% sobre el ingreso bruto contable anual, cuando ésta supere las veinte mil Unidades Tributarias (20.000 U.T.); y los pagos y las retenciones se realizarán acuerdo con los parámetros que se definan en el reglamento de la presente Ley o en normas emanadas del Consejo Nacional de Comunicación Popular. Esta contribución no constituirá un desgravamen al Impuesto Sobre la Renta. El incumplimiento de esta obligación será sancionado de conformidad con lo previsto en el Código Orgánico Tributario.

De los recursos del fondo

Artículo 23. Los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Comunicación del Poder Popular provendrán de:

1. La contribución especial prevista en esta Ley.
2. Otras contribuciones o donaciones que le acuerden los órganos y entes del Poder Público.

Porcentajes Mínimos y Máximos de Financiamiento

Artículo 24. El Consejo Nacional de Comunicación Popular establecerá anualmente, sobre la base de la previsión presupuestaria, los porcentajes mínimos y máximos para el financiamiento de proyectos y apoyo a las actividades de la Comunicación del Poder Popular con los recursos del Fondo para el Desarrollo de la Comunicación del Poder Popular, atendiendo para ello a criterios de eficiencia y justa distribución.

Título V

Cobertura, tecnología e infraestructura

Áreas de cobertura

Artículo 25. El área de cobertura de los medios de comunicación del poder popular será determinada de acuerdo a las condiciones sociales, culturales, geográficas propias de la zona de influencia correspondiente a la comunidad organizada, tomando en cuenta el proyecto presentado ante el Consejo Nacional de Comunicación Popular, el cual realizará los estudios pertinentes y tramitará todo lo concerniente en coordinación con el órgano rector en materia de telecomunicaciones. Los medios de comunicación sectorial podrán tener una zona de cobertura correspondiente al territorio nacional, previo estudio realizado del Consejo Nacional de Comunicación Popular y el órgano rector en materia de las telecomunicaciones.

Acceso a la radio y televisión por suscripción

Artículo 26. Los prestadores de servicios de difusión por suscripción incluirán de manera gratuita en su oferta de programación a los medios de comunicación del Poder Popular de acuerdo a la zona de cobertura asignada por el órgano rector en materia de telecomunicaciones, independientemente del medio de transmisión utilizado por el prestador del servicio. El Consejo Nacional de Comunicación Popular velará por el fiel cumplimiento de esta norma.

Políticas para el Incentivo de la Investigación en Materia de Comunicación del Poder Popular

Artículo 27. El Ministerio con competencia en materia de Ciencia y Tecnología, conjuntamente con el Consejo Nacional de Comunicación del Poder Popular, diseñará políticas que incentiven la investigación para la creación de tecnologías libres aplicables a la comunicación del Poder Popular y una Industria Nacional de

Telecomunicaciones. Así mismo desarrollará programas de formación para transferir conocimientos científicos y tecnológicos a los medios de comunicación del Poder Popular; de conformidad con la Ley que rige la materia en Ciencia, Tecnología e Innovación.

De la Homologación

Artículo 28. Los equipos de telecomunicaciones a utilizar por parte de los medios de comunicación del Poder Popular deben ser homologados por el órgano rector en materia de telecomunicaciones. Así mismo deberán crearse las normas de calidad y las condiciones técnicas necesarias para certificar los equipos de producción nacional y artesanal, privilegiando siempre a la Industria Nacional de Telecomunicaciones.

Televisión y Radio Digital

Artículo 29. La comunicación del Poder Popular tendrá prioridad para el uso y explotación de las telecomunicaciones a través del estándar tecnológico adoptado por el Estado venezolano para los servicios de Televisión y Radio Digital Terrestre.

Recursos

Artículo 30. El Consejo Nacional de Comunicación Popular dispondrá a través del Fondo para el Desarrollo de la Comunicación del Poder Popular, de los recursos necesarios para implementar el uso de la Televisión y Radio Digital Terrestre por los medios de comunicación del Poder Popular.

Plan Estratégico Nacional

Artículo 31. Para la conformación de los Medios de Comunicación del Poder Popular de Televisión y Radio Digital Terrestre, el Consejo Nacional de Comunicación Popular deberá establecer un plan estratégico nacional articulado con los planes del gobier-

Movimientos convergentes en comunicación

no nacional para el despliegue de la Televisión y Radio Digital Terrestre.

Sistema de imprentas

Artículo 32. El Consejo Nacional de la Comunicación Popular establecerá los mecanismos necesarios para la creación de un sistema de imprentas al servicio de los medios de comunicación del Poder Popular.

Título VI De la solidaridad internacional

Solidaridad internacional

Artículo 33. Los medios, organizaciones, instancias, actores y actoras de la comunicación del Poder Popular podrán desarrollar espacios para el intercambio y la cooperación con otros pueblos y naciones hermanas, para potenciar el humanismo, el internacionalismo y la unión, bajo los principios de la solidaridad, la complementariedad, el respeto a la soberanía y la autodeterminación de los pueblos.

Unión latinoamericana y caribeña

Artículo 34. Los medios, organizaciones, instancias, actores y actoras de la comunicación del Poder Popular difundirán y promoverán la unión Latinoamericana y Caribeña, con la finalidad de fortalecer una conciencia nuestroamericana, que contribuya con la construcción de una Comunidad de Naciones que defienda sus intereses sociales, culturales, políticos, económicos, energéticos y ambientales; así como la creación de medios de comunicación grannacionales de los pueblos, en el marco de La Alba, Unasur, Celac u otros mecanismos de integración.

Título VII

De las áreas de atención especial

De la Cobertura de la Comunicación del Poder Popular en fronteras

Artículo 35. La cobertura de los medios de comunicación del Poder Popular en zonas fronterizas será determinada con especial atención por el Consejo Nacional de Comunicación Popular conjuntamente con el órgano rector de las telecomunicaciones, con el objeto de afirmar la identidad venezolana, la defensa del ambiente y la soberanía nacional, facilitando el encuentro de los pueblos en aras de consolidar la paz en el marco de los principios constitucionales.

Áreas de Pueblos y Comunidades Indígenas

Artículo 36. El Consejo Nacional de la Comunicación Popular, prestará especial atención a la creación, equipamiento y desarrollo de medios de comunicación de los pueblos y comunidades indígenas, para la preservación y promoción de sus valores, costumbres e idiomas.

Documento completo: http://www.monitorlegislativo.net/parlamento/proyectos_de_ley/23/

Enlaces

Enlace Indígena www.movimientos.org/enlacei

Organización Nacional Indígena de Colombia - ONIC
www.onic.org

Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas – CAOI
www.coordinadoracaoi.org/

II Cumbre Continental de Comunicación Indígena del Abya
Yala comunicacionesabyayala.org/

Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo
– CLOC / Vía Campesina www.cloc-viacampesina.net

CLOC / Vía Campesina –Centroamérica
www.clocviacampesina.org

Movimento Sem Terra – Brasil - MST www.mst.org.br

MNCI www.mnci.org.ar

Marcha Mundial de las Mujeres – MMM
www.marchemondialesdesfemmes.org/index_html/es

Confederación Sindical de Trabajadores de las Américas -
CSA www.csa-csi.org

Central Única dos Trabalhadores www.cut.org.br

#Yosoy132 – México yosoy132.mx/

Coalición por una Radiodifusión Democrática - Argentina
www.coalicion.org.ar

Foro Argentino de Radios Comunitarios www.farco.org.ar

Red Nacional de Medios Alternativos – Argentina
www.rnma.org.ar

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação
www.fndc.org.br

Campaña Brasileña por una nueva ley
www.paraexpressaraliberdade.org.br/

Sistema Nacional de Comunicación Indígena Originario
Campesino Intercultural
www.sistemadecomunicacionindigena.org/

Minga Informativa de Movimientos Sociales
www.movimientos.org

Foro Comunicación y Ciudadanía www.movimientos.org/foro_comunicacion

ALAI www.alainet.org



Agencia Latinoamericana de Información

La Agencia Latinoamericana de Información –ALAI– es un organismo de comunicación comprometido con la participación ciudadana en el desarrollo y el quehacer público del Continente, la vigencia plena de los derechos humanos y la igualdad de género. Fiel a su compromiso con la lucha por la democratización de la comunicación, ALAI tiene por misión formular y desarrollar respuestas a los diversos desafíos que plantea la comunicación, en tanto área estratégica para la acción social.

Sus publicaciones incluyen el sitio Web América Latina en Movimiento (www.alainet.org), referido a la realidad sociopolítica de la región y los movimientos sociales; la revista mensual de pensamiento latinoamericano, del mismo nombre; el servicio de información diario *alainet* y libros temáticos.

www.alainet.org

- realidad regional actualizada diariamente
- dinámicas sociales
- noticias, opinión y análisis
- más de 61 mil documento clasificados
- búsquedas por tema, autor, fecha, país, palabra



En el nuevo panorama que se dibuja en América Latina, envuelto por los vientos de cambio que soplan desde el Sur, paulatinamente están encontrando cabida banderas desplegadas en las luchas sociales. Una de ellas es la de la democratización de la comunicación, que pasa por la actualización de las normativas legales –para que la libertad de expresión deje de ser el privilegio de unos pocos–, y políticas públicas que garanticen el pluralismo y la diversidad, preservando el interés colectivo sobre apetitos particulares.

El propio impacto que tiene la comunicación en todos los órdenes de la vida contemporánea conduce a que la demanda por su democratización deje ser un asunto circunscrito a quienes están directamente involucrados en este campo y se torne un desafío ciudadano. Y esta es la dimensión que esta lucha tiene en la actualidad. En este libro recogemos tanto posicionamientos de varias coordinaciones y organizaciones sociales, como plataformas comunes y normativas legales que están abriendo brecha para hacer realidad la democratización de la comunicación y el reconocimiento pleno del Derecho a la Comunicación.



<http://alainet.org>

ISBN 978-9978-9955-4-9

