

Agendas de comunicación en tiempos de conflicto y paz

Cátedra UNESCO de comunicación

Agendas de comunicación en tiempos de conflicto y paz

Cátedra UNESCO de comunicación

José Miguel Pereira G.
Editor

Reservados todos los derechos

© Pontificia Universidad Javeriana

Primera edición: Bogotá, D.C.,
octubre 2014

ISBN: 978-958-716-728-3

Número de ejemplares: 400

Impreso y hecho en Colombia

Printed and made in Colombia.

Este material toma pequeños
segmentos de diferentes programas
televisivos con fines no comerciales,
sino exclusivamente investigativos
y académicos. Tanto en su versión
impresa como en su versión digital.

EDITOR

José Miguel Pereira G.

ASISTENTE EDITORIAL

Daniela Andrea Cruz Y.

CORRECCIÓN DE ESTILO

David Andrés Pérez S.

COORDINACIÓN EDITORIAL

David Andrés Pérez S.

CORRECCIÓN DE TEXTOS EN INGLÉS

Nicholas Duncan Robinson,
Alejandro Aguirre R.

DISEÑO DE CUBIERTA Y LABEL

Claudia Rodríguez

DIAGRAMACIÓN E INTERFAZ

Kilka Diseño Gráfico

IMPRESIÓN

Javegraf

Cátedra UNESCO de Comunicación

Pontificia Universidad Javeriana

Transversal 4 núm. 42-00 Piso 6

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Bogotá, Colombia

Tel. (57-1) 3208320 extensiones 4581/4591

www.javeriana.edu.co/unesco

Cátedra UNESCO de comunicación (20 : 2013 nov. 6-8. : Bogotá)

Agendas de comunicación en tiempos de conflicto y paz / editor José
Miguel Pereira G. -- 1a ed. -- Bogotá : Editorial Pontificia Universidad Javeriana
: UNESCO, 2014.

129 p. : ilustraciones ; 24 cm. + 1 CD-ROM

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 978-958-716-728-3

1. INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN. 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN
DE MASAS. 3. POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS. 4.
CONFLICTO ARMADO. 5. LUCHAS SOCIALES EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN DE MASAS. I. Pereira González, José Miguel, Ed. II. Pontificia
Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje.

CDD 302.2072 ed. 21

Catalogación en la publicación - Pontificia Universidad Javeriana. Biblioteca
Alfonso Borrero Cabal, S.J.

dff,

Octubre 14 / 2014

Estructura organizativa

Autores

José M. Pereira
José V. Arismendi
Germán Rey
Miquel de Moragas
Karen Gritz
Antoni Castel
Rosembergt Díaz
Daniel S. Támara
Mario Morales
Guillermo Mastrini
Eduardo Gutiérrez
Claudia P. García
Joaquín A. Gómez
Patricia Bustamante
Ángela Garcés
Leonardo D. Jiménez
Christian C. Peñuela
Mónica E. García
Edwin A. Gómez
Juan C. Pérez
Liliana B. Irizar
Freddy L. Reyes
Pablo F. Gómez-Montañez
Julio E. Benavides
Luis F. Rodríguez
Jorge E. Pardo
Miguel Mendoza
Mirla Villadiego
Sindy B. Tabares

Darío R. Muñoz
Elizabeth Aristizábal
Luis F. Marín
Yennifer Uribe
Juan G. Betancur
Leonardo Herrera
Biviana M. Acevedo
Sandra L. Osses
María T. Suárez
Ginna M. Becerra
Julián A. Burgos
Janneth A. Palacios
Omar G. Martínez
Diana E. Oliveros
Andrés E. Cifuentes
Yamile J. Peña
Jacqueline García
Carlos E. Gómez
David F. Bernal
Roberto Sepúlveda
Sonia Velosa
Elva M. García
Allison Díaz
Orlando Rodríguez
David Castro
Aura Correa
Bertha L. Arnedo
Dais Hernández
Ángela M. Díaz
José L. Silva

Cátedra UNESCO de Comunicación

Comité académico

Marisol Cano Busquets
Decana - Facultad
de Comunicación y Lenguaje

Mario Morales Rincón
Director - Departamento
de Comunicación

José Miguel Pereira G.
Coordinador - Cátedra
UNESCO de Comunicación

Comité científico

Daniel Valencia
Janneth Palacios
Mirla Villadiego
Patricia Bernal
María Patricia Téllez
Claudia Pilar García
Eduardo Gutiérrez
Juan Carlos Valencia
Maviluz Vallejo
Ana María Aragón

Muestra Audiovisual Ventanas

María Urbanczyk
Televisión, video, documental
Mónica Baquero
Publicidad

Memoria Audiovisual

Germán Ortégón
Natalia Gonima
Miguel Ángel Ramírez

Contenido

Presentación	13
<i>José Miguel Pereira G.</i>	

I. Textos de conferencistas

Presentación	19
<i>José Vicente Arismendi</i>	
El pensamiento del Zorro-Erizo. El aporte interpretativo de Miquel de Moragas a la comunicación	21
<i>Germán Rey</i>	
Pensar la comunicación y la cultura. Nuevo marco de las políticas de comunicación. La experiencia europea	25
<i>Miquel de Moragas</i>	
Entrevista a Miquel de Moragas. Todos los esfuerzos de las políticas de comunicación deben concentrarse en la producción de información de calidad	37
<i>Karen Gritz Roitman</i>	
Periodismo de paz en Colombia: retos y límites	43
<i>Antoni Castel</i>	
Entrevista a Antoni Castel. En tiempos de conflicto, el reto del periodismo es mantener la cabeza fría	47
<i>Rosembergt Díaz Alfonso, Daniel Steven Támara Duarte</i>	
¿Narrar la guerra... en paz?	51
<i>Mario Morales</i>	
La concentración de la propiedad de los medios como un problema de regulación	59
<i>Guillermo Mastrini</i>	
Exploraciones de la narración en presente. Memoria del curso narración digital y transmedia	71
<i>Eduardo Gutiérrez</i>	

II. Resúmenes de las ponencias

1. Movimientos sociales, memoria y comunicación	81
Presentación	81
<i>Claudia Pilar García Corredor</i>	
Cuenta la 13: relato de conflicto y construcción de ciudadanía	85
<i>Joaquín Alonso Gómez Meneses</i>	
Caminar la palabra: cosmovisión y prácticas comunicativas como expresión colectiva de resistencia del pueblo indígena Nasa	86
<i>Patricia Bustamante Marín</i>	
Documental social participativo. Apropiación territorial en zonas de bordes urbanos – rurales. Caso Ciudad Comuna	87
<i>Ángela Garcés Montoya, Leonardo David Jiménez</i>	
La autoinformación en medios de comunicación: estrategias de organizaciones de medios y colectivos juveniles vinculados con movimientos sociales	88
<i>Christian Camilo Peñuela Gallo</i>	
Juventud y acción política en Internet: el caso del movimiento estudiantil colombiano y de colectivos artísticos que reivindican la memoria	89
<i>Mónica Eliana García Gil, Edwin Arcesio Gómez Serna</i>	
Una mirada desde el humanismo cívico. El ejercicio de la ciudadanía en las emisoras comunitarias de Bogotá	90
<i>Juan Carlos Pérez Bernal, Liliana Beatriz Irizar</i>	
Memoria y comunicación: escenarios estratégicos para encarar una eventual transición política y social	91
<i>Freddy Leonardo Reyes Albarracín, Pablo Felipe Gómez-Montañez</i>	
Memoria, comunicación y comunicabilidad. Elementos para aportar a la reconciliación (futura) de una región	92
<i>Julio Eduardo Benavides</i>	
El concepto de huella en la configuración de la memoria a través de la fotografía	93
<i>Claudia Pilar García Corredor</i>	
Las prácticas de comunicación como marco de acción colectiva y desarrollo de movimientos sociales	94
<i>Luis Fernando Rodríguez Bobórzquez</i>	
La palabra y el duelo	95
<i>Jorge Eliécer Pardo</i>	
Fantasmas que no descansan: las memorias literarias de los desaparecidos	96
<i>Miguel Mendoza Luna</i>	

2. Narrativas, medios, conflicto y paz	97
Presentación	97
<i>Mirla Villadiego Prins</i>	
El campesino en la fotografía de prensa en Colombia	101
<i>Sindy Bibiana Tabares Yarce</i>	
Crítica de la gestión mediática de la guerra y el heroísmo patrio bélico	102
<i>Darío Reynaldo Muñoz Onofre</i>	
Las Fuerzas Militares representadas en las caricaturas. El caso de los “falsos positivos”	103
<i>Elizabeth Aristizábal Gómez</i>	
De semánticas y formas de saber del conflicto y postconflicto en Colombia	103
<i>Luis Fernando Marín Ardila</i>	
Las fórmulas narrativas de la publicidad y la propaganda política en programa de desmovilización guerrillera del gobierno del ex presidente Álvaro Uribe Vélez	104
<i>Mirla Villadiego Prins</i>	
Realidad y conflicto: Medellín en el cine de 1990 a 2012	105
<i>Yennifer Uribe Alzate</i>	
Identidad, propaganda e historia en <i>Riochiquito</i> y <i>Guerrillera</i>, dos documentales sobre la guerrilla más vieja del mundo: las FARC en Colombia	106
<i>Juan Gonzalo Betancur B.</i>	
Crónicas sobre masacres y desarraigo	107
<i>Leonardo Herrera Delghams</i>	
Análisis de contenido del cubrimiento periodístico de los “falsos positivos” en <i>El Espectador</i> entre el 15 de septiembre y el 15 de diciembre de 2008	108
<i>Biviana Marcela Acevedo Olarte</i>	
Lo que encubre la violencia: conflicto social, político y discursos mediáticos	109
<i>Sandra Liliana Osses Rivera, María Teresa Suárez González</i>	
Narrativización mediática del conflicto armado. El caso de la Operación Jaque	110
<i>Ginna Mercedes Becerra Gómez, Julián Andrés Burgos Suárez</i>	
3. Experiencias de comunicación, conflicto y paz	113
Presentación	113
<i>Janneth Arley Palacios Ch.</i>	
Nariño, territorio de comunicación intercultural para la paz	118
<i>Omar Gerardo Martínez Roa</i>	

Mediaciones para la Acción Social: una propuesta de investigación – acción para la resolución del conflicto social	119
<i>Diana Esperanza Oliveros Fortiche</i>	
Comunicadores populares con sus saberes de vida para dar vida	120
<i>Andrés Enrique Cifuentes Andrade</i>	
Una apuesta colectiva hacia la construcción de políticas públicas de comunicación. Caso Movimiento de Comunicación Comunitaria y Ciudadana 20 de abril – Huila	121
<i>Yamile Johanna Peña Poveda, Jacqueline García Páez, Carlos Ernesto Gómez, David Felipe Bernal Romero</i>	
La iniciativa CONÉCTATE, una propuesta de inclusión social para fortalecer las capacidades comunicativas de niños, niñas y adolescentes en zonas de conflicto armado	122
<i>Roberto Sepúlveda</i>	
Juegos de rol hipermedia y fortalecimiento de lo público	123
<i>Sonia Vélora Guzmán</i>	
Narrar el barrio para disminuir las balas, una apuesta por la convivencia. Programa de televisión <i>Arriba mi Barrio</i>	124
<i>Elva Mónica García Bustamante</i>	
Comunicación institucional para el desarrollo sostenible: casos del Parque Tayrona y Paisaje Cultural Cafetero	125
<i>Allison Díaz, Orlando Rodríguez, David Castro, Aura Correa</i>	
Radios comunitarias de Bolívar: entre el conflicto y la paz	127
<i>Bertha Lucía Arnedo Redondo, Dais Hernández Guzmán</i>	
Ley Lleras 2.0: una historia contra el derecho a la comunicación que aún no termina	128
<i>Ángela María Díaz Lozano, José Luis Silva Buitrago</i>	

III. Anexos al CD

1. Textos de conferencistas
2. Textos completos de las ponencias
3. Programas de radio
4. Video síntesis de XX Cátedra UNESCO de comunicación
5. Vínculos de la Memoria Audiovisual de la XX Cátedra UNESCO de Comunicación

Presentación

José Miguel Pereira G.¹

La Cátedra UNESCO de Comunicación, en su vigésima edición, se realizó entre el 6 y 8 de noviembre de 2013, y se centró en la reflexión sobre los aportes del pensamiento latinoamericano, las políticas y los retos actuales de la investigación en comunicación. El encuentro se diseñó como un espacio para discutir las tendencias de la comunicación y de los medios en el contexto del conflicto armado, así como para la socialización de experiencias e iniciativas de comunicación para la paz en el país.

La convocatoria tuvo una gran acogida, puesto que 550 participantes, entre estudiantes, profesores, investigadores y activistas en comunicación de todo el país, se inscribieron al evento en el que se realizaron conferencias, seminarios, presentación de ponencias, experiencias, publicaciones y la muestra audiovisual universitaria “Ventanas”.

Para esta versión de la Cátedra, el invitado central fue el profesor español Miquel de Moragas Spà, titulado en periodismo, doctor en Filosofía y catedrático emérito de la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha hecho investigaciones relacionadas con las teorías de comunicación, las políticas de comunicación y cultura; así como estudios sobre el deporte y los Juegos Olímpicos. Está realizando actualmente el estudio “Comunicación, símbolo y ciudad: La experiencia de Barcelona”. En el evento impartió tres conferencias: “Agendas mundiales de investigación en comunicación”, “Políticas de cultura y comunicación en tiempos de convergencia” y, “El pensamiento latinoamericano en el contexto del campo académico de la comunicación”.

Por otro lado, se realizaron simultáneamente tres seminarios. El primero sobre “Comunicación, conflicto y paz”, a cargo

¹ Coordinador de la Cátedra UNESCO de Comunicación. Director de la Maestría en Comunicación. Profesor Asociado de la Universidad Javeriana. jmpereira@javeriana.edu.co

del profesor Antoni Castel de la Universidad Autónoma de Barcelona, quien revisó, desde una perspectiva crítica, los principales conceptos inherentes a la comunicación de conflictos, en especial el de violencia y el de periodismo de paz, discutió acerca de los resultados y la metodología utilizada en investigaciones de comunicación de conflictos y reflexionó acerca del alcance de las redes sociales y de los medios alternativos como agentes de cambio social.

El segundo, *“Medios de comunicación, políticas y modelos de negocio”*, a cargo de los profesores Germán Rey, director del Centro Ático, y Guillermo Mastrini, de la Universidad Nacional de Quilmes, quien pretendió, a partir de los cambios evidenciados en los medios de comunicación, analizar las transformaciones del modelo de negocio y vislumbrar alternativas de solución a la crisis, así como sus implicaciones económicas, políticas y socioculturales. Germán Rey centró su reflexión sobre *“El proceso de convergencia y los medios digitales”* y Guillermo Mastrini impartió las conferencias *“Nuevas disputas en torno a la regulación de los medios en América Latina”* y *“La digitalización de los medios: incertidumbre en el modelo de negocios”*.

El tercer seminario, *“Narración digital transmedia”*, consideró que dado que habitar en el mundo contemporáneo implica tener a disposición alternativas narrativas que atraviesan lo digital, es necesario asumir tanto la comprensión de lo que significa transmedia en el universo de conceptos y categorías de los estudios en comunicación que se hacen desde distintos lugares: publicidad en series web, series web de acción y documentales interactivos. Por ende, en este seminario se abordaron dos entradas al tema. De un lado, las categorías, para ver continuidades y diferencias, que hacen posible las comprensiones que se han venido construyendo en la dinámica de cambio digital, y del otro, se pusieron en diálogo las experiencias de Federico Barragán (*Déjà vu serie web*), Juan Francisco Pérez (*Proyecto Cositas de niñas*), Olga Acero y Gabriela Díaz (*Proyecto MeandroDoc*) y con ello ver “en la experiencia viva”, los modos en que nos narramos hoy.

En la convocatoria de ponencias se presentaron 65 trabajos de profesores e investigadores de varias regiones del país. De estas se seleccionaron 36 que fueron organizadas y compartidas en tres grupos temáticos. El primero, *“Movimientos sociales, memoria y comunicación”*, comprendió trabajos relacionados con la restitución de derechos, prácticas de comunicación indígena, apropiación del territorio, movimientos juveniles y estudiantiles, desapariciones forzadas, emisoras comunitarias, fotografía y memorias literarias. El segundo, *“Narrativas, medios, conflicto y paz”*, incluyó trabajos sobre representaciones mediáticas del conflicto colombiano que pasan por la prensa, el cine, la publicidad, la fotografía y los

documentales relacionados con las víctimas, la desmovilización, los falsos positivos, el desarraigo y la Operación Jaque, entre otras. El tercero y último, *“Experiencias de comunicación, conflicto y paz”*, abarcó la sistematización de experiencias de comunicación en Nariño, Huila, Bolívar, Cali, Medellín, Pereira, Tumaco e historias de vida de comunicadores que han dedicado buena parte de sus vidas a acompañar procesos y proyectos de comunicación y educación para la paz en país.

De manera simultánea se realizó la Muestra Audiovisual Universitaria “Ventanas” que seleccionó unos 30 proyectos audiovisuales de estudiantes de comunicación y carreras afines de varias universidades del país; la reunión de la Asociación Colombiana de Investigadores en Comunicación (Acicom) en la que participó el investigador José Luis Piñuel de la Universidad Complutense de Madrid con la conferencia *“¿Confiar en la prensa o no? Estudio sobre la construcción social de la realidad”*. Finalmente, se presentará el libro *Encuentro nacional de investigación en comunicación* que compila las conferencias y las 64 ponencias presentadas en la Cátedra UNESCO de Comunicación 2012.

Para el cierre de esta versión de la Cátedra, se hizo un conversatorio entre los maestros Miquel de Moragas Spà y Jesús Martín-Barbero sobre las demandas y los desafíos de la sociedad a la comunicación en épocas de búsquedas negociadas al conflicto, tales como los diálogos y el proceso de paz que actualmente se está llevando a cabo en Colombia.

En este libro se compilan textos inéditos concedidos por los conferencistas centrales de la Cátedra, artículos de profesores, entrevistas realizadas por estudiantes de la Carrera de Comunicación, y publicadas en el periódico *Por el Campus*, y los resúmenes en español e inglés de todas las ponencias presentadas en el evento. En el CD adjunto, además, se incluyen los textos completos de las ponencias, dos programas de radio, un video síntesis de la Cátedra y los vínculos a la memoria audiovisual realizada por el profesor Germán Ortégón y los estudiantes Natalia Gónima y Miguel Ángel Ramírez.

Una vez más, la Cátedra UNESCO de la Universidad Javeriana agradece la acogida y participación masiva de estudiantes y profesores de todas las regiones del país a esta cita anual para conversar sobre las agendas de comunicación articuladas a los procesos sociales del país y las demandas que, desde éste se hacen, al campo de estudios de la comunicación.

I. Textos de conferencistas

Presentación

José Vicente Arismendi C.¹

Entre los programas creados para promover las sinergias entre cultura y comunicación por la Comisión Europea, el profesor Miquel de Moragas destacó, en una de sus disertaciones en la Cátedra Unesco de Comunicación de 2013, a MEDIA, el cual ha alcanzado los 755 millones de euros de presupuesto para el periodo 2007-2013.

La cifra parece importante hasta el momento en que es analizada dentro del contexto económico donde está inserta. En el periodo anotado, la Comisión Europea ejecutó un presupuesto total superior a los 925 mil millones de euros, lo que quiere decir que para la promoción de la cultura audiovisual destinó tan solo 0,08% de los recursos. De hecho, MEDIA está inscrito en el más pequeño de los tres componentes presupuestales de la Comisión, “Ciudadanía, libertad, seguridad y justicia” al que en total se dedicó solamente el 1,32% del presupuesto total en esos siete años.

Los otros dos componentes presupuestales, “Crecimiento sostenible” y “Preservación y manejo de recursos naturales”, se llevan respectivamente el 47% y el 44% del dinero, lo que quiere decir que por cada euro en cultura y comunicación audiovisual, Europa se gasta 91 euros en sostenibilidad de la economía y del medio ambiente.

No importa, entonces, que MEDIA se promueva a sí mismo como el programa que apoya los sectores culturales y creativos europeos, y que pueda mostrar resultados interesantes desde su creación en 1991. La realidad dura y tozuda es que no es un componente prioritario de la Comunidad Europea.

En el contexto colombiano, el panorama no es distinto. Según cifras de la Superintendencia de Sociedades, los ingresos del subsector económico de la radio, la televisión y el cable no llegan al 50% por ciento de los que entran al sector real de la economía. Contra menos de 3 billones en ventas del primero, el segundo supera los 631 billones.

¹ Director de Javeriana Estéreo. Profesor de la Universidad Javeriana.
jarizmendi@javeriana.edu.co

Estas digresiones econométricas buscan provocar a los investigadores colombianos a aterrizar el discurso, a veces tan optimista y absoluto, sobre el peso que tienen la comunicación y la cultura en la realidad del país.

Por supuesto, hay dimensiones no medibles en el quehacer comunicacional, del sector que ocupamos en la vida nacional, de periodistas, escritores, realizadores, artistas, fotógrafos y demás trabajadores intelectuales y materiales. Quizás nuestra influencia en las políticas públicas y en aspectos más profundos de la realidad de nuestros conciudadanos podría ser mayor en la medida en que comencemos por sintonizarnos con la percepción que se tiene de nuestro trabajo. Un país que a ratos parece (y ojalá así sea) abocado al posconflicto necesita que le aportemos desde una investigación en comunicación menos obsesionada con sus propias disquisiciones filosóficas y más conectada con la realidad económica y social de millones de seres humanos que consumen los contenidos de unos medios cada vez más omnipresentes en el siglo XXI.

El pensamiento del Zorro-Erizo

El aporte interpretativo de Miquel de Moragas a la comunicación

*Germán Rey*¹

El filósofo Isaiah Berlin escribió un famoso libro en que distinguió al pensador zorro del pensador erizo. El primero va y viene, otea en la diversidad de las ideas, toma de uno y otro lado. El erizo, por el contrario, se concentra, sistematiza, evita dispersarse y que lo distraigan de su empeño que ve como una misión. Para su tarea el primero tiene su olfato y el segundo sus espinas.

En el prólogo al libro de Berlin, Mario Vargas Llosa escribe que “Entre los fragmentos conservados del poeta griego Arquíloco, uno dice: Muchas cosas sabe la zorra, pero el erizo sabe una sola, y grande”. La fórmula según Isaiah Berlin, puede servir para diferenciar dos clases de pensadores, artistas y seres humanos en general: aquellos que poseen una visión central y sistematizada de la vida, un principio ordenador en función del cual tienen sentido y se ensamblan los acontecimientos históricos con los menudos sucesos individuales y la persona con la sociedad, y están aquellos que tienen una visión dispersa y múltiple de la realidad y de los hombres que no integran lo que existe en una explicación u orden coherente, pues perciben el mundo como una compleja diversidad en la que, aunque los hechos particulares gocen de sentido y coherencia, el todo es tumultuoso, contradictorio e inapresable.

Miquel de Moragas es un investigador híbrido, a la vez zorro y erizo. Se concentró en rastrear la evolución del pensamiento sobre la comunicación en el mundo cuando se tenía una visión concentrada en la hegemonía de la reflexión anglosajona. Su propósito no era simplemente hacer una reseña documentada de los movimientos que se habían producido sobre la comunicación en el siglo XX, sino un análisis de sus propuestas, un esfuerzo por establecer las conexiones de lo que aparecía disperso y un intento de conversación que permitiera

¹ Director del Centro Ático. Profesor de la Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. rey-g@javeriana.edu.co

comprender el diálogo histórico entre la diversidad de propuestas de la investigación comunicativa.

Como zorro ha tenido una mirada perspicaz para involucrar corrientes que provenían de la filosofía, como por ejemplo la de la escuela crítica de Frankfurt, y que hicieron en su momento un aporte al estudio de la opinión pública, la ética comunicativa y las nacientes industrias culturales. Como erizo, ha hecho un trabajo reconstructivo juicioso y sistemático que ha permitido a muchos tener una comprensión más analítica que acumulativa de los flujos de pensamiento que fueron constituyendo el campo de la comunicación. Su obra es destacada por este ordenamiento que ha hecho de corrientes disímiles que abarcan desde las investigaciones sobre la transmisión de información o la “mass communication research”, hasta los estudios culturales, los estudios sobre la recepción, la economía política de la comunicación y la sociedad de la información.

El zorro se paseó por la diversidad de los proyectos investigativos estudiándolos con cuidado y el erizo moldeó una cartografía interpretativa que les pusiera un orden que permitiera una comprensión histórica más lúcida y acertada.

Algo similar hizo en un trabajo que recorrió con beneficio pedagógico en nuestro continente a partir de los años 80. Su *Sociología de la comunicación de masas* que ordenó en cuatro grandes categorías: escuelas y autores; estructura, funciones y efectos; propaganda política y opinión pública; nuevos problemas y transformación tecnológica. Este cuadro, para decirlo en los términos que utilizó Michel Foucault en *Las palabras y las cosas*, es claramente la tarea de un erizo. Pero de un erizo con alma de zorro, porque advirtió con clarividencia lo que unos años después se convertiría en uno de los más grandes fenómenos que haya vivido la comunicación en toda su existencia como saber autónomo: la importancia de los cambios tecnológicos.

Sin embargo, la obra de Miquel de Moragas tiene otros filones muy importantes: sus aportes al análisis de las políticas comunicativas y sus estudios sobre deportes, Juegos Olímpicos y comunicación. Los primeros son, de alguna manera, un complemento de sus trabajos sociológicos y de su mirada sobre la investigación comunicativa; con la diferencia que en ellos introduce problemáticas que se han hecho cada vez más actuales, tal como lo son las transformaciones del sistema comunicativo que no cesan hoy día en el mundo y en las que aparecen casi a diario nuevas regulaciones, otros actores, colapsos de los modelos de negocio, reformulaciones del poder mediático, exigencias de participación social, desaparición de artefactos comunicativos. Todos estos son asuntos que pertenecen al mundo del erizo.

Los segundos fueron inicialmente un desafío para entender las relaciones que unen ciudad, acontecimiento global y formas comunicativas. Nadie como Miquel de Moragas ha entendido, desde la comunicación, este mundo que reúne lo simbólico con la movilización de multitudes, las pasiones con la industria, el espectáculo con los modos de identificación y las creencias. Pero sobre todo, Moragas tuvo el acierto de resaltar la condición fundamentalmente cultural de los juegos, explorando cada uno de sus elementos (desde la mascota y el logotipo, hasta la decoración de la ciudad y el relevo de la antorcha olímpica) y mostrando el papel de los medios, en particular la televisión, en la construcción del acontecimiento. Todos estos siendo elementos que forman parte del universo del zorro.

Pero si todo lo anterior que he dicho no se discutiera o incluso se olvidara (lo que sería sin duda una imperdonable omisión), la obra de Miquel de Moragas tendría un especial y entrañable significado para nosotros los latinoamericanos, porque una de sus primeras tareas, convencida y constante, fue resaltar la riqueza y variedad del pensamiento latinoamericano sobre la comunicación, subrayando su originalidad y su contraste con otras corrientes más conocidas, mostrándolo con sus voces propias, con aquellos acentos que identificamos como de aquí pero que el señala como parte central del debate mundial. Ello lo hizo uno de los pioneros pero lo ha venido haciendo de las voces que ya componen la postura intelectual y crítica de un continente.

Esta capacidad que evidencia el trabajo de Miquel de Moragas, invitado central de la Cátedra UNESCO 2013, solamente la tienen los investigadores que tienen el juicio persistente del erizo y la imaginación casi desbordada del zorro.

Pensar la comunicación y la cultura

Nuevo marco de las políticas de comunicación.

La experiencia europea

Miquel de Moragas¹

Introducción. ¿Por qué relacionar comunicación y cultura?

Pensar la comunicación en nuestros días —especialmente las políticas de comunicación— significa pensar sus interrelaciones con la cultura. La necesidad de establecer estas interrelaciones parece especialmente evidente ante los fenómenos de globalización, la digitalización y la nueva organización en red de nuestra sociedad.

Jesús Martín-Barbero —uno de nuestros principales referentes en los *Estudios culturales de la comunicación*— señala con acierto que:

La relación, antropológicamente constitutiva, entre cultura y comunicación se acentúa cuando algunas de las transformaciones culturales más decisivas provienen de las mutaciones que atraviesa el entramado tecnológico de la comunicación y afecta la percepción que las comunidades culturales tienen de sí mismas y sus modos de construir las identidades” (Martín-Barbero, 2010).

Ante ello, los estudios de comunicación, si quieren comprender bien estos fenómenos, deben afrontar necesariamente dos cambios conceptuales:

En primer lugar, repensar el propio concepto de cultura y de industrias culturales entendidas como actividades que afectan a los más diversos procesos simbólicos en nuestras sociedades, a los medios, pero también a otros fenómenos de intercambio simbólico.

¹ Profesor del Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (UAB). Investigador del Instituto de la Comunicación (InCom-UAB) y del Centro de Olímpicos (CEO-UAB). miquel.demoragas@uab.cat

En segundo lugar, reconsiderar los conceptos clásicos de identidad cultural para interpretarlos en las nuevas condiciones de la globalización.

Los estudios culturales, que tan ampliamente se han desarrollado en América Latina, han dejado atrás las viejas concepciones restrictivas de cultura, aquellas que se referían exclusivamente al mundo de las bellas artes, la literatura, la ciencia y la filosofía. En su sentido más amplio, el término *cultura* debe abarcar tanto al pasado como al presente, tanto a las culturas rurales como a las culturas urbanas más desarrolladas, tanto a la racionalidad como a las emociones, tanto a las formas artísticas clásicas como a las artesanías populares.

La UNESCO, ya en los años ochenta, había definido la cultura de la siguiente forma: “*En su sentido más amplio ... cultura no incluye únicamente el arte y las letras, sino también los sistemas de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias*” (UNESCO, 1982).

De acuerdo con las nuevas perspectivas, la cultura y comunicación parecen dos caras de una misma moneda, y las políticas culturales parecen ahora indisociables de las políticas de comunicación y viceversa. El arte, la música, el cine, el teatro, los monumentos, el deporte, el cine, la televisión, las redes sociales, las formas de ocio, la simbología urbana, etc., forman parte de la cultura y también de la comunicación (Zallo, 2011).

Este enfoque debe ser recordado ante las tendencias “mediocéntricas” de muchas prácticas académicas relacionadas con los estudios de comunicación.

Repensar las identidades culturales es el segundo cambio conceptual que proponíamos para interpretar las relaciones entre comunicación y cultura en la sociedad actual, y se refería a la necesidad de reconsiderar los conceptos de identidad cultural e interpretarlos en las nuevas condiciones de la globalización. Se trata, en primer lugar, de comprender la cultura en términos de *cultura/s*, de diferencias culturales en régimen de igualdad y no como subalternas unas de las otras.

Esta perspectiva rompe con la larga confusión entre una cultura concreta y “la civilización”. La civilización no se construye desde una determinada cultura, sino más bien en el diálogo cultural sobre la base del reconocimiento del derecho a la igualdad entre culturas. A este reto también se refiere el concepto de “cultura de paz” impulsado por Mayor Zaragoza en su tiempo de director general de la UNESCO (UNESCO, 1999).

Las identidades, más que fundamentarse en sí mismas, viven de sus relaciones. A ello se refieren, usando términos distintos como hibridismo, interculturalidad, relaciones en red, etc., los principales definidores

del “espíritu de nuestro tiempo” (recordando *L'esprit du temps* de Edgar Morin en los años 60), que conceptualizan las identidades culturales como formas abiertas en un proceso cultural que implica, al mismo tiempo, *poder prestar y poder tomar prestado* (Martín-Barbero, 2010) o que, según Appadurai, interpretan los distintos panoramas, puntos de vista, de nuestras culturas (Appadurai, 1996).

1. Las sinergias entre comunicación-cultura

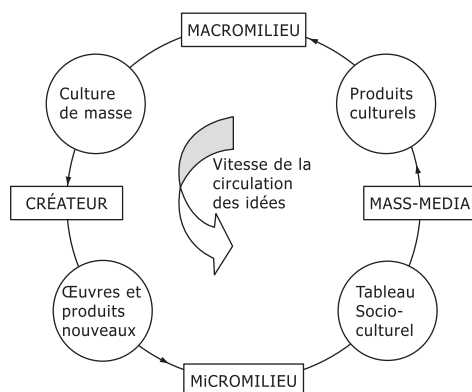
La articulación entre comunicación y cultura puede interpretarse en tres principales direcciones:

- a. La función de los medios y las TIC en la producción y difusión de la cultura.
- b. El papel de las actividades culturales en la producción directa e indirecta de contenidos para los medios.
- c. El papel del sistema de medios en la dinamización cultural.

Los medios y las tecnologías de la información tienen un papel determinante en la producción y el uso de los bienes culturales. Desde esta perspectiva, la interrelación no deja de incrementarse. Pensemos, por ejemplo, en las nuevas formas de consumo de los juegos en línea entre la población infantil, o en el uso de las redes sociales y los consumos simbólicos en la misma, ejemplos destacados de esta nueva ecología de la comunicación-cultura.

También debemos preguntarnos por el papel que corresponde al sistema cultural en la producción de contenidos para los medios. Pensemos, por ejemplo, en la incidencia de la literatura, la música, las industrias del teatro o del diseño gráfico sobre la producción de los medios.

Pero los medios no son únicamente sujetos de las prácticas culturales, sino que también son sus dinamizadores. Me parece oportuno recuperar algunas ideas formuladas por Abraham Moles, hace ya varias décadas, cuando en su *Sociodynamique de la culture* (Moles, 1967) interpretaba la “dinámica cultural” como un ciclo, desde la creación al consumo, describiendo cinco fases principales: creación, producción, difusión, exhibición/recepción y, finalmente, consumo y participación, para empezar de nuevo el ciclo con la creación.



Esquema del ciclo sociocultural según A. Moles

Desde esta perspectiva, las políticas culturales son claramente inseparables de las políticas de comunicación y viceversa, es decir, de las nuevas políticas integradas de comunicación-cultura.

2. Descriptores culturales y criterios de clasificación

Esta convergencia ha hecho necesario revisar los sistemas clasificatorios de las actividades culturales, facilitando indicadores que permitan valorar los resultados de la políticas culturales, no solo en términos económicos (exportaciones, ocupación, impacto sobre el PIB, etc.), sino también en sus aspectos “inmateriales” como el respeto a la igualdad y la diversidad cultural, el acceso social a los bienes culturales, su originalidad y creatividad.

La UNESCO ha tenido un papel activo en la definición de las nuevas políticas comunicación-cultura, optando por una clasificación integrada de todos los “dominios culturales” y agrupando las industrias culturales bajo los siguientes seis epígrafes (UNESCO, 2009a):

1. Patrimonio cultural y natural (museos, sitios arqueológicos, paisajes naturales).
2. Presentaciones artísticas y celebraciones (artes escénicas, música, festividades y ferias).
3. Artes visuales y artesanías (bellas artes, artesanía, fotografía).
4. Libros y prensa (periódicos, revistas, ferias del libro).
5. Medios audiovisuales e interactivos (filmes, videos, radio, televisión, juegos interactivos, fonogramas).
6. Diseño y servicios creativos (moda, diseño, publicidad).

Estas clasificaciones incorporan al dominio de la cultura unos referentes que tradicionalmente no eran reconocidos como tales por las políticas culturales, tales como las denominadas nuevas industrias creativas

(publicidad, diseño y moda), así como también las actividades folclóricas y las fiestas, entendidas ahora como patrimonio inmaterial.

Por parte de la economía política de la cultura (Bustamante, 2011; Zallo, 2011), se propone distinguir claramente entre industrias creativas e industrias culturales propiamente dichas (libro, cine, radio, televisión, música registrada, videos, etc.), y no solo por razón de los distintos contenidos y significaciones que producen unas y otras, sino también por las distintas lógicas económicas que ellas suponen.

En este sentido, Ramón Zallo, en sintonía con las tendencias más recientes de la economía política de la cultura, propone diferenciar tres principales subsistemas: el subsistema del patrimonio cultural, el subsistema de las expresiones artísticas y el subsistema de las industrias culturales. Es en este último subsistema donde tienen un papel más importante los medios de comunicación, incluidos ahora los nuevos medios digitales e internet (Zallo, 2011, p. 47).

La anterior clasificación de la UNESCO es fruto, sin duda, de la influencia francesa, pionera internacional por su defensa de una política nacional de cultura. Así, por ejemplo, el informe *Culture & médias 2030*, encargado por el Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia para identificar los posibles escenarios de las políticas culturales en la era digital, clasifica hasta ocho grandes áreas o dominios de la cultura contemporánea (Ministère de la Culture et de la Communication, 2011):

1. El libro y la prensa.
 2. El patrimonio (bibliotecas, archivos, museos, monumentos, arqueología).
 3. La arquitectura.
 4. El artesanado del arte.
 5. Las artes visuales (artes plásticas, fotografía y diseño).
 6. La publicidad.
 7. Los espectáculos en vivo (teatro, danza, música).
 8. El sector audiovisual (radio, televisión, música registrada, video y film).
3. Las políticas culturales de la Unión Europea. Convergencias con las políticas de comunicación

A diferencia de lo que sucede en otros sectores, y no solamente en comparación con la economía, sino también con la salud, la ciencia, la tecnología o la agricultura, la política cultural europea puede ser calificada como política “light”, subsidiaria respecto de las políticas estatales que siguen siendo reacias a ceder terreno en estas materias, cuestión

estratégica desde el punto de vista de las identidades de los estados-nación europeos.

No fue hasta el Tratado de Maastricht (1993) que la Unión Europea otorgó una primera —aunque débil— base jurídica a su política cultural. El tratado en su artículo 151 se refería a la política cultural “europea”, pero especialmente se refería a su contribución “*al florecimiento de las culturas de los Estados miembros, dentro del respeto de su diversidad nacional y regional, poniendo de relieve al mismo tiempo el patrimonio cultural común*”. También se refería a la necesidad de favorecer la cooperación entre los Estados miembros y entre estos mismos con las organizaciones internacionales competentes en el ámbito de la cultura, especialmente con el Consejo de Europa. En cuanto a objetivos, destaca la conservación y la protección del patrimonio cultural europeo y, en línea con las directrices de UNESCO, la necesidad de respetar y fomentar la diversidad cultural.

Una mayor implicación y profundización en las políticas culturales de la UE quedó en suspenso con la no ratificación (por Francia y los Países Bajos) de la Constitución europea que debía, y no pudo, entrar en vigor en noviembre de 2006.

Después de distintos avatares, se va confirmando el carácter “light” de la política cultural europea a diferencia de lo que sucede en otros ámbitos. Veamos sus principales objetivos y programas.

Principales líneas de actuación de la política cultural europea

Para un análisis de la política cultural europea propongo distinguir tres principales aspectos:

- a. Los ejes de la agenda cultural.
- b. Los programas de apoyo a la cultura.
- c. Los objetivos políticos de la acción cultural.

Los ejes de la agenda europea de la cultura

El año 2007 la Comisión Europea presentó la *Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización* (Comisión Europea, 2007) que proponía 3 prioridades:

1. La promoción de la diversidad cultural y del diálogo intercultural.
Esto significaba favorecer el intercambio entre las culturas y la adquisición de competencias interculturales de los ciudadanos, así como la movilidad de artistas y de obras.
2. La promoción de la cultura como factor de crecimiento, innovación y creatividad.

Esto significaba promover la creatividad en la educación y la formación, fomentar la digitalización del material cultural y apoyar a las industrias creativas como potenciadores de empleo estable.

3. La promoción de la cultura como un elemento crucial en las relaciones internacionales de la Unión Europea.

Siguiendo los compromisos derivados de la suscripción por parte de la Unión Europea de la Convención de la UNESCO sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, esto significaba considerar la integración sistemática de la dimensión cultural en los acuerdos internacionales, respetando y apoyando la diversidad cultural de los países terceros.

Los programas de apoyo a la cultura

Estas grandes líneas de la agenda cultural europea se concretan en los programas de apoyo a la cultura, cuyas características y presupuesto quedaron definidas en el “Programa Cultural (2007-2013)”, dotado con 400 millones de euros (Comisión Europea, 2006).

Entre los principales objetivos de este programa, destacan la movilidad de los agentes culturales, la circulación transnacional de productos artísticos y culturales, el diálogo intercultural y el intercambio. Por lo que respecta a actividades concretas, destacan la gestión de la capitalidad cultural europea, los premios al patrimonio (cultural, arquitectónico, literario y musical), así como la celebración de los “años europeos” del diálogo intercultural (2008) y de la creatividad y la innovación (2009).

El programa plurianual se iba concretando en los denominados “planes de trabajo en materia de cultura”, el primero, de 2008 a 2010, y el vigente de 2011 a 2014 que establece 6 prioridades (Comisión Europea, 2011):

1. Diversidad cultural, diálogo intercultural y cultura accesible e integradora.
2. Industrias culturales y creativas.
3. Competencias y movilidad.
4. Patrimonio cultural, incluida la movilidad de las colecciones.
5. La cultura en las relaciones exteriores.
6. Estadísticas culturales.

Respecto los objetivos ya descritos señalar el énfasis del nuevo plan de trabajo en mejorar las estadísticas especializadas como instrumento de apoyo a las nuevas políticas culturales.

Programa MEDIA. Ejemplo de sinergias entre cultura y comunicación

De todos los programas citados, el programa que mejor expresa la convergencia entre las políticas culturales y las políticas de comunicación es, sin duda, el programa MEDIA (Medidas para el Desarrollo de la Industria de la Producción Audiovisual), programa creado en 1991 y que ha continuado con notables incrementos presupuestarios, alcanzando los 755 millones de euros para el periodo 2007–2013, con los siguientes objetivos:

- Preservar la diversidad cultural y lingüística.
- Fortalecer el patrimonio cinematográfico.
- Incrementar la circulación y la audiencia de las obras europeas, dentro y fuera de la Unión.
- Favorecer la competitividad del sector audiovisual.

Objetivos políticos de la acción cultural

Pasados cerca de 30 años desde el debate sobre el Informe Mac Bride (INCOM-UAB, 2005), y casi 25 desde el debate sobre la excepcionalidad cultural, el tema de las políticas de comunicación y cultura continúa siendo necesario, o más necesario que nunca, en el doble escenario actual de concentración de los grandes medios y de diversificación de la comunicación en red, de la dialéctica global y local en nuestra cultura.

La política cultural, y en concreto el debate sobre la diversidad cultural, ha sido el motivo que ha permitido a la Unesco la superación de los obstáculos que atenazaron su política de comunicación en la larga etapa del post Mac Bride. Es en este contexto que debe valorarse la “Convención sobre la protección de la diversidad de contenidos culturales y de expresiones artísticas”, aprobada en 2005 (UNESCO, 2005).

La Convención representa, de hecho, una forma diplomática, pero también efectiva, de retorno democrático a las políticas de comunicación comprometidas con la diversidad y la identidad cultural en la nueva economía y esfera de la globalización.

Así la UNESCO puede intervenir en la vigorización de las políticas de comunicación, aunque sea indirectamente, en la medida que conceptualiza sus políticas culturales de una manera global, incluyendo el papel de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la comunicación en red.

La Convención legitima de este modo la intervención democrática en el sector de la comunicación/cultura, reafirmando el derecho soberano de los Estados a proteger y promover la diversidad de las expresiones

culturales. Y lo que es igualmente importante, situando esta protección en las coordenadas de la cooperación (cultural) internacional.

Las declaraciones verbales y formales de la Unión Europea siguen la línea de la “filosofía” marcada por la UNESCO, así se observa, por ejemplo, al analizar las prioridades del programa cultura para 2013.

- Promover el principio fundamental de la libertad de expresión.
- Fomentar una mayor conciencia de la importancia de contribuir al desarrollo sostenible.
- Promover el entendimiento mutuo y la tolerancia en la Unión Europea.
- Contribuir a la eliminación de toda discriminación por razón de sexo, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual.

Quedan, sin embargo, dos lagunas importantes:

Por una parte evitar las restricciones que los estados nación europeos siguen imponiendo a las pueblos sin estado, lenguas minoritarias o minorizadas, como se las convenga en llamar, desprotegidas ante los abusos y tendencias centralistas de los estados-nación, sin que el discurso de la diversidad que propone la UNESCO, y también la propia Unión Europea, a nivel internacional tenga su aplicación y efecto a escala interregional.

La segunda gran laguna, con una historia de décadas, es la incapacidad de la Unión Europea para establecer una política de comunicación que garantice la diversidad real de los grandes medios de comunicación, estableciendo políticas anti concentración que resultan indispensables para hacer efectiva la escala real de los ciudadanos, los principios de libertad de expresión y de respeto a la diversidad.

Hace más de un lustro, en septiembre de 2008, el Parlamento Europeo reiteraba la demanda a la Comisión Europea (ejecutivo) de una regulación de la concentración de las empresas multimedia de comunicación, arbitrando medidas a favor del pluralismo. Para argumentar estas peticiones, el Parlamento acudía a los principios de la Convención del 2005, ratificada por la propia Unión Europea. Era un primer signo de que esta empezaba a actuar como referente de autoridad de las políticas culturales, pero también de las políticas de comunicación. Pero la citada regulación sigue pendiente, o mejor, sigue bloqueada por la influencia informativa de las grandes corporaciones mediáticas.

Esta falta de respuesta de la administración europea ha sido contestada por diversas iniciativas civiles, la última y más reciente (enero de 2013) la *European mobilisation calling for a European Directive to protect Media Pluralism and Press Freedom* (<http://www.mediainitiative.eu/es/>), ini-

ciativa legislativa popular (#EIMP) para garantizar la libertad de prensa y la independencia y pluralismo de los medios.

El debate sobre las nuevas políticas de comunicación-cultura se sitúa en el eje del debate sobre la democracia.

Bibliografía

- Appadurai, Arjun (1996), *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, Londres: University of Minnesota Press.
- Benhamou, Françoise (2011), *L'économie de la culture*. Paris: La Découverte.
- Bustamante, Enrique (2011), *Industrias creativas*. Barcelona: Gedisa.
- Castells, Manuel (2009), *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- García Canclini, Néstor (1990), *Culturas híbridas*. Barcelona: Gedisa.
- InCom-UAB (2005), “XXV Aniversario del Informe MacBride. Comunicación Internacional y políticas de comunicación”. *Monográfico de Quaderns del CAC*.
- Martín-Barbero, Jesús (2010), Comunicación y cultura mundo: nuevas dinámicas mundiales de lo cultural, *Signo y Pensamiento*, vol. 29, núm. 57.
- Martín-Barbero, Jesús (2007), Medios y culturas, en *Tendencias 2007*. Madrid: Ariel.
- Martinell, Alfons, ed. (2010), *Cultura y desarrollo*. Madrid: Siglo XXI.
- Miège, Bernard, Philippe Bouquillion y Pierre Mœglin (2010), Un debate significativo en Francia. La situación de la industria creativa. *Telos*, núm. 85.
- Ministère de la Culture et de la Communication (2011), *Culture & médias 2030. Prospective de politiques culturelles*. Paris: La Documentation Française.
- Moles, Abraham (1967), *Sociodynamique de la culture*. Paris: Mouton.
- Moragas, Miquel de (2009), De la comunicación a la cultura. *Telos*, núm. 19. Madrid: Fundación Telefónica.
- Moragas, Miquel de (2011), *Interpretar la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Morin, Edgar (1962), *L'esprit du temps*. Paris: Éditions Grasset.
- UNESCO (1980), *Un solo mundo, voces múltiples*. México: FCE.
- UNESCO (1982a), *Declaración final, Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*. México. 6 de agosto de 1982.
- UNESCO (1982b), *Declaración de México sobre las políticas culturales*. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982.
- UNESCO (2005), *La Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 200*. París: UNESCO.
- UNESCO (2009a), *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO*. Montreal: Instituto de Estadística de la UNESCO.
- UNESCO (2009b), *Informe mundial de la UNESCO: Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. París: UNESCO.

UNESCO (2011), *La Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de 2005*. París: UNESCO.

Zallo, Ramón (2011), *Estructuras de la comunicación y de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Entrevista a Miquel de Moragas

Todos los esfuerzos de las políticas de comunicación deben concentrarse en la producción de información de calidad

Karen Gritz Roitman¹

¿Cuál es hoy la principal clave para interpretar la comunicación dentro de los avances tecnológicos?

Según Miquel de Moragas: “Asistimos a un cambio de paradigma, a un tránsito desde la era de la difusión a la era de la producción. El eje de la comunicación se desplaza, los canales se multiplican, pero el verdadero reto se sitúa ahora en la producción de contenidos”, y eso implica retos.

Moragas es titulado en Periodismo, Doctor en Filosofía y Licenciado en Filosofía y Letras, catedrático emérito de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), profesor del Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación e investigador del Instituto de la Comunicación y del Centro de Estudios Olímpicos.

Las principales líneas de investigación en las que ha profundizado están definidas dentro de las teorías y estudios de la comunicación, las políticas de la comunicación y el deporte, así como los Juegos Olímpicos y la comunicación.

Se destacan, en cada una de estas, obras como *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*, Gedisa (2011); *Informe de la Comunicación a Catalunya*, InCom-UAB (2000-2010); y *Barcelona: la herencia de los Juegos* (1992-2002). Moragas concedió esta entrevista a *Por el Campus*:

¹ Estudiante de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana. Miembro del periódico *Por el Campus*.

Retomando todas las definiciones arrojadas por varios pensadores, ¿cómo define usted el término de cultura?

Me parece oportuno recordar la definición de *cultura* de la Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales de la Unesco en 1982, que proponía una visión globalizadora de cultura, comprendiendo los rasgos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales distintivos que caracterizan una sociedad, incluyendo no solo el arte y las letras, sino también los sistemas de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Anteriormente, Edgar Morin, en *El Espíritu del Tiempo*, 1962, decía que una cultura constituye un cuerpo complejo de normas, símbolos, mitos e imágenes que penetran dentro de la intimidad del individuo, estructuran sus instintos y orientan sus emociones.

Estas definiciones se han ido refinando con aportes de investigadores, muchos de ellos de América Latina como Martín-Barbero, García Canclini o Renato Ortiz, quienes nos permiten comprender mejor la sociedad a través de los estudios culturales de la comunicación y cultura.

¿Por qué, según su afirmación, la comunicación y la cultura aparecen hoy como dos caras de una misma moneda?

Porque los medios —en un sentido amplio— son el escenario de la construcción y la difusión de los valores culturales de los que hablaba Edgar Morin. Las transformaciones tecnológicas crean nuevos espacios de confluencia de comunicación y cultura.

¿Cómo afirmar que no hay un sesgo cultural ni una imposición por parte de las élites que manejan los medios de comunicación?

Las élites siguen controlando los medios, aunque se abren brechas con las redes sociales y otras formas de comunicación. Ahora bien, los grandes medios pueden controlar la producción y la emisión, pero no la decodificación. Esto ya lo decía hace muchos años Stuart Hall en su trabajo *Encoding/Decoding*, el cual recomiendo a en cada curso a mis alumnos.

¿Sigue siendo la cultura un producto económico?

Lo era y lo es, pero creo que debe distinguirse entre “negocio cultural” e “industria cultural”. La industrialización y las nuevas tecnologías de producción, son recursos positivos para la democratización de la cultura. Otra cosa es el negocio cultural. La cultura no puede dejarse solo en manos del mercado, del capital especulativo; es por esto que siguen siendo necesarias las políticas de comunicación.

¿Qué término se aplica mejor a la realidad actual: industria cultural o industria creativa?

Me parece muy claro que el término adecuado es industria cultural; puesto que industria creativa me parece un concepto tangencial, se utiliza de forma enfática para referirse a la comercialización de toda clase de objetos simbólicos, desde las joyas, a la cocina de autor. En este sentido, sería una parte de las industrias culturales, entendidas en un sentido muy amplio, aunque el núcleo fundamental de estas industrias seguirá siendo el de los medios: cine, televisión, radio, música, etc.

También se utiliza a la publicidad para reconocer valores culturales con referencia a la “creatividad publicitaria”. Me parece que se abusa mucho del concepto de creatividad, en parte para magnificar lo que simplemente son estrategias de persuasión, publicitarias o propagandísticas.

¿Cómo internet obliga a reordenar la industria y los modos de consumo culturales? Específicamente hablando, ¿cómo enfrenta la prensa escrita los retos virtuales de esta nueva era?

Creo que para hacer avanzar alguna idea sobre esta difícil cuestión deberíamos distinguir entre “información periodística” y “periódicos”. Es decir, el modelo de “periódico de papel”, con unos horarios fijos de distribución y rutinas de imprenta, irá agudizando su crisis, y creo que la expansión de la telefonía móvil marca claramente un camino sin retorno respecto a las formas de recepción de la información. Otra cosa es la crisis en el periodismo, sin importar cuál sea su plataforma, porque esto afecta a la democracia, al debate político y también al desarrollo cultural. En la era de la información, todos los esfuerzos de las políticas de comunicación deben concentrarse en la producción de información de calidad, no importa la plataforma, pero sí el contenido.

¿Cree usted que diferentes programas televisivos, o incluso canales, lleguen a desaparecer con la creación de plataformas y portales como YouTube?

No lo creo, más bien observo procesos de reutilización de contenidos e imágenes de las televisiones convencionales en las redes sociales. Los medios convencionales ya no tienen la exclusiva, pero sí mantienen una influencia muy importante en la creación de notoriedad y en la organización de la agenda temática.

¿Cómo manejar los problemas de los derechos de autor si, como usted lo señala, hay nuevos bienes que no se destruyen con su consumo?

Es difícil responder a esta cuestión. Los fenómenos de digitalización aún son recientes y la jurisprudencia es igualmente escasa. Las políticas internacionales de comunicación deberán encontrar un equilibrio entre el respeto a la autoría y la libertad de expresión. No obstante, el principal reto estará en el respeto a la intimidad frente a la posibilidad de control que puede derivarse de la acumulación de datos personales y el cruce de variables.

Si todos somos periodistas ahora, ¿cómo se maneja la agenda cultural?, ¿cuál es el reto para los comunicadores modernos?

Todos producimos e intercambiamos información, pero esto no significa que todos seamos periodistas en el sentido de dedicarnos de forma profesional y especializada a la tarea de crear contenidos, observar, investigar y ofrecer información. La producción de contenidos, la elaboración de la información son bienes necesarios, no sustituibles por el flujo informativo espontáneo. En todo caso, la información será fruto de la convergencia de ambas fuentes informativas, pero no resultará de la simple sustitución del periodismo por el flujo espontáneo de contenidos en las redes sociales.

¿Cuál es hoy la principal clave para interpretar la comunicación en medio de los avances tecnológicos?

Asistimos a un cambio de paradigma, a un tránsito desde la era de la difusión a la era de la producción. El eje de la comunicación se desplaza, los canales se multiplican, pero el verdadero reto se sitúa ahora en la producción de contenidos. Los usuarios ya no esperan la información a ciertas horas convenidas, sino que pueden acceder a ella a voluntad, con búsquedas personalizadas y cruces de información. Pero esta solo es posible si alguien la ha producido previamente.

En este contexto de convergencia y tecnología, ¿cuál debe ser el papel del periodismo?

Desde siempre, el periodismo ha tenido dos retos principales, el primero es de carácter ético: la información veraz e independiente, no solo de los poderes políticos, sino también de los poderes económicos y de las lógicas de las propias empresas periodísticas; El segundo, es la investigación, el trabajo profesional riguroso. La improvisación, las rutinas retóricas sin

trabajo informativo terminan convirtiendo las informaciones en entretenimiento y no en verdadero periodismo.

¿Hacia dónde va el pensamiento comunicacional latinoamericano en el contexto de la investigación mundial?

Veo dos principales ejes en la investigación latinoamericana: los estudios sobre comunicación y cultura y los estudios de economía política de la comunicación, no como tendencias antagónicas sino más bien como enfoques complementarios que intentan proponer alternativas a las políticas de comunicación actuales. Desde el punto de vista más epistemológico, creo que la investigación en comunicación y cultura en América Latina también se destaca por su plena integración al conjunto de las ciencias sociales, a diferencia de estudios comunicológicos aislados que vemos en múltiples escuelas de Estados Unidos y Europa.

En el programa de la XX Cátedra Unesco de Comunicación en Colombia 2013 figuran sus tres conferencias tituladas: El pensamiento latinoamericano y el campo académico de la comunicación; Políticas de cultura y comunicación en contextos de convergencia y Agendas mundiales de investigación en comunicación. Cuéntenos un poco sobre cada una de ellas.

En la primera, quisiera hacer un reconocimiento a la contribución de la investigación latinoamericana, especialmente respecto de las dos líneas anteriormente mencionadas.

En la segunda, propongo revisar la influencia de las tecnologías de información en las actuales relaciones entre espacios culturales y espacios de comunicación, y tratar de analizar las consecuencias de todo ello en las nuevas políticas democráticas de comunicación y cultura.

En la tercera, me refiero al estado actual de la investigación, a los problemas de la gestión académica de la investigación en el contexto de las modernas políticas científicas, haciendo énfasis en la responsabilidad social específica de la investigación en comunicación.

Periodismo de paz en Colombia: retos y límites

*Antoni Castel*¹

El denominado periodismo de paz propone un nuevo paradigma en la cobertura de los conflictos, el cual se basa en su orientación hacia “la paz y el conflicto, la verdad, las personas y la sociedad civil”. Con la máxima “todos ganan”, el periodismo de paz se contrapone al “periodismo de guerra o periodismo de violencia”, orientado hacia “la guerra, la propaganda, las elites y la victoria”, que se considera el paradigma dominante.

Desde los estudios de paz, Galtung y sus seguidores, entre los que destacan Lynch y McGoldrick, critican un modelo que no tiene en cuenta las causas de los conflictos, no los contextualiza, solo da la voz a una de las partes, la “nuestra” y se olvida de la violencia estructural. Es una reflexión, desde la ética, el interpretar que los medios deben ser constructores de paz y no meros transmisores en un conflicto de los intereses de la clase dominante. Un periodismo de paz que, como pone de manifiesto Becker, ya existía hace casi un siglo aunque no adoptaba ese calificativo. Becker recuerda a Karl Bücher, quien criticaba las informaciones de los medios alemanes que denigraban a los adversarios al comienzo de la Primera Guerra Mundial.

Unos decenios más tarde, también se podrían considerar que algunos reporteros enviados a la guerra de Vietnam hacían periodismo de paz al cuestionar la política militarista de Washington o al informar los excesos que cometían los soldados estadounidenses, tal como hizo Seymour Hersh con la matanza de Mi Lay de 1968. Al igual que lo hicieron algunos franceses, como Albert Camus, François Mauriac, Frantz Fanon y Jean-Paul Sartre, al denunciar las brutalidades de sus compatriotas en la guerra colonial de Argelia.

¹ Profesor del Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la Universitat Autònoma de Barcelona y codirector del Máster Comunicación de conflictos armados, paz y movimientos sociales. antoni.castel@uab.cat

Al debatir sobre la aplicabilidad del periodismo de paz, debemos reconocer que los límites se sitúan tanto en la lógica de los medios, que prioriza el espectáculo en la agenda temática, como destaca Borrat, como en los intereses de los propietarios y el propio bagaje cultural del periodista. Chomsky y Herman expusieron en su modelo de propaganda cómo una serie de filtros (propiedad, publicidad, orden social) impedían que se publicaran informaciones contrarias a los propietarios y a los poderosos, o que al menos cuestionaran el orden establecido, y que para acusar a los “enemigos públicos”, como el comunismo en la época del texto (1988), no se necesitaran tantas pruebas que cuando se denunciaba a los poderosos. Este es, entonces, un modelo cuestionado, al estar centrado en el periodismo estadounidense y no tener en cuenta a los consumidores, meros sujetos pasivos, y a las grietas que se pueden abrir en el sistema, tanto mediante la comunicación alternativa (prensa, radios comunitarias) como con las redes sociales.

Shoemaker y Reese, en su modelo, “jerarquía de influencias” de círculos que condicionan la información, destacan no solo la propiedad de la empresa y a los anunciantes (fuerzas extramedia) sino también al propio periodista, que no es un ser neutro y amorfo, sino que pertenece a una clase social, es hombre o mujer y tiene una ideología determinada.

A pesar de los filtros, se publican informaciones contrarias a la ideología de los propietarios e intereses de sus aliados. Es la necesidad de los medios, según subraya Giró, de ser competitivos y presentarse como plurales. En España, por ejemplo, la prensa se manifestó contraria a la guerra de Irak del 2003 a pesar de que el presidente del Gobierno, José María Aznar, defendía la participación de las tropas españolas en apoyo de la ofensiva desencadenada por George Bush. Entre los medios que se opusieron a la guerra, se encontraban defensores de la política del presidente Aznar, como el diario *El Mundo*. Las encuestas indicaban que más del 90% de los españoles se oponía a la guerra.

En Colombia, Bonilla, en un texto del 2002 sobre la cobertura de la guerra, presenta tres hipótesis: 1° La preponderancia de la agenda sensacionalista en la guerra. 2° El dilema entre restricción informativa y consenso. 3° la propia lógica de la guerra como un factor que abre espacios a la información. Tres hipótesis que se formulan en un entorno colombiano específico que se distingue por sufrir un conflicto armado enquistado en una sociedad muy dinámica, capaz de buscar espacios alternativos tanto en su organización político-social como en la forma de informarse.

La agenda sensacionalista no es exclusiva de la televisión colombianas. La guerra, y su dosis de drama e imágenes de sufrimiento, tiene garantizada su presencia en la agenda temática, como indican Ruigrok, De

Ridder y Scholten, de unos medios audiovisuales que piden espectáculo, y no existe mejor espectáculo que la guerra.

Pero si focalizamos la atención en la televisión, perdemos la perspectiva global y, al mismo tiempo, no dejamos de ser injustos con una prensa colombiana que, en líneas generales, no se ha apuntado a los tambores de guerra que han sonado en algunos momentos. Quizás algunos medios hayan cumplido gran parte de los puntos del periodismo de guerra, pero también otros medios han defendido las iniciativas de paz, han informado de las convivencias entre actores armados y políticos locales y han dado la voz a las víctimas.

La academia colombiana, que refleja la vitalidad de la sociedad, ha analizado el tratamiento informativo del conflicto en trabajos sólidos, entre los que destacan los de Germán Rey, en el proyecto Antonio Nariño (2005), y de Bonilla y Tamayo Gómez (2013). En este último libro, se repasa la abundante bibliografía dedicada al análisis de la cobertura de la guerra, la cual no reproduzco en este breve texto. Gran parte de los trabajos, desde enfoques diferentes y con objetos de estudio más o menos específicos, contribuyen a una reflexión de la información del conflicto que también han abordado los colegios profesionales.

Es así como de la reflexión surgen iniciativas de los medios que, a veces, podríamos considerar afines a los poderes económicos. Destaco Verdad Abierta, de la revista Semana, que dedica un amplio espacio a reconstruir un periodo tenebroso y que en su momento fue tratado de forma superflua por gran parte de la prensa colombiana. Verdad Abierta constituye una muestra de un periodismo comprometido tanto con la memoria histórica como con las víctimas, invisibles durante decenios del conflicto.

Abajo, donde se encuentran quienes no disponen de capacidad de influir en la agenda temática de los medios generalistas y han sufrido más los efectos del conflicto, la información también fluye, de forma más horizontal, en las radios comunitarias o en distintas iniciativas que se forman en las redes sociales. Aunque no son una panacea, como enfatiza Morozov, las redes sociales se convierten en un instrumento tanto al servicio del cambio social, al contribuir al empoderamiento de las comunidades, así como para fiscalizar el poder y denunciar las arbitrariedades de políticos, administradores y actores armados.

Bibliografía

- Becker, J. (2008), Les médias en temps de guerre, *Horizons et débats*, núm. 8, febrero.
- Bonilla, J. (2002), Periodismo, guerra y paz. *Campo intelectual periodístico y agendas de la información en Colombia*, *Signo y Pensamiento*, XXI(40).
- Bonilla, J. I. y Tamayo Gómez, C. A. (2013), *Medios, periodismo y conflicto armado. La agenda investigativa sobre la cobertura informativa del Conflicto Armado en Colombia, 2002-2012*. Fundación para el nuevo periodismo iberoamericano.
- Borrat, H. (1989), *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Herman, E. y Chomsky, N. (1988), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Nueva York: Pantheon Books.
- Galtung, J. (2000), The task of Peace Journalism, *Ethical Perspectives*, 7 (2-3).
- Giró, X. (coord.) (1999), *La premsa i el Sud. Informació, reptes i esquerdes*. Barcelona: SOLC.
- Lynch, J. y McGodrick, A. (2005), *Peace Journalism*. Gloucestershire: Hawthorn Press.
- Morozov, E. (2011), *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.
- Rey, G. (2004), *Calidad informativa y cubrimiento del conflicto: estándares de calidad periodística en el cubrimiento del conflicto armado en Colombia*. Proyecto Antonio Nariño.
- Ruigrok, N., De Ridder, J. A. y Scholten, O. (2005), News Coverage of the Bosnian War in Dutch Newspapers. Seib, Ph. (ed.) *Media and Conflict in the Twenty-first Century*. Nueva York: Palgrave.
- Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1996), *Mediating the Message: Theories of influences on mass media content*. White Plains, Nueva York: Longman.

Entrevista a Antoni Castel

En tiempos de conflicto, el reto del periodismo es mantener la cabeza fría

Rosembergt Díaz Alfonso, Daniel Steven Támara Duarte¹

¿Cuál es el rol de los medios de comunicación en tiempos de conflicto? Esa fue la pregunta para el historiador Antoni Castel, quien estuvo en la Pontificia Universidad Javeriana como uno de los conferencistas invitados a la XX Cátedra Unesco de Comunicación, organizada por la Facultad de Comunicación y Lenguaje.

Castel, tratadista, es docente del Departamento de Medios, Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y codirector del máster La comunicación de los conflictos internacionales armados, la paz y los movimientos sociales.

¿Cuál debe ser el papel de la comunicación en tiempos de conflicto?

Los medios de comunicación deben contribuir, como mínimo, a que el conflicto no escale, es decir, no aumente en intensidad; debe estar informando las soluciones y las propuestas de los diferentes actores en conflicto. Debe participar como un actor en el conflicto.

¿Considera que el periodismo tiene cabida en la resolución de conflictos?

Sí, claro. El periodismo forma parte de nuestro día a día, naturalmente; así que puede contribuir, puede exacerbar incluso el odio, puede contribuir a que en un lugar determinado

¹ Estudiantes de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana. Miembros del periódico *Por el Campus*.

haya persecuciones o se estigmatice un grupo étnico determinado. Tiene mucho peso en los conflictos, no diría todo, pero sí muchísimo peso.

¿Cuál es el mayor reto del periodismo en tiempos de conflicto?

En tiempos de conflicto, el reto del periodismo es mantener, sobre todo cuando la sociedad está muy polarizada, la cabeza fría. Es decir, no dejarse llevar, de alguna manera, por los extremismos o los discursos radicales.

¿Cuál es el mayor riesgo que se afronta con el uso de las redes sociales como canales de interacción durante un proceso de paz?

Las redes sociales son incontrolables, es una información que fluye de forma horizontal; entonces, es muy difícil controlarlas y, supongo, cada una depende del autor. Hay algunos que quizá contribuirán a lo contrario, a entorpecer el proceso de paz. No se puede marcar una directriz en un campo en el que no hay propietarios.

¿Cómo ve el papel del periodismo en Colombia en el proceso de paz adelantado con la guerrilla en La Habana (Cuba)?

No puedo decir que he hecho un estudio en profundidad, pero por lo que leo en los principales medios, que son tres o cuatro los de referencia, creo que contribuyen de una forma positiva. Es decir, como mínimo no se dejan llevar por algunos discursos tremendistas, que, por ejemplo, aparecen en el audiovisual, en la televisión y en las tertulias.

¿Qué medios recomendaría para que los estudiantes y periodistas tengan en cuenta como fuentes confiables?

No podríamos hablar de un medio en concreto porque todos los medios, naturalmente, tienen sus limitaciones empresariales, ideológicas. Creo que lo mejor es, de alguna manera, mirar, comparar, pensar en el conflicto, racionalizar el conflicto, no seguir exclusivamente un medio. Incluso los medios que pueden parecer desprestigiados, te pueden ayudar a entender cosas.

¿Qué tanta influencia pueden llegar a tener los medios de comunicación para consolidar la paz en un país?

Pueden ayudar, sobre todo, cuando hay directrices. Esto dependerá, naturalmente, del país; el que haya un control de los medios, o si no; que haya un consenso social sobre una coalición determinada, puede contribuir. Un ejemplo de ello es Estados Unidos con su invasión de Irak del 2003, los medios de comunicación desempeñaron un factor fundamental

para que la mayoría aceptara la invasión de Irak, sin ningún tipo de pruebas de que Saddam Hussein tuviera armas de destrucción masiva.

¿Cuál considera que es el factor en común que engendran todos los conflictos alrededor del mundo?

El factor en común es la lucha por el poder. El conflicto siempre es una lucha por el poder, de quien no tiene poder para tener poder, ¿por qué?, porque propone otro modelo de sociedad, porque su comunidad étnica está marginada y ahí entran las diferentes causas. Es una competencia por el poder, los conflictos son eso, nadie se levanta en armas si no quiere cambiar las cosas.

¿Qué consejo les daría a los estudiantes que en este momento quieran aportar a la paz en el país desde las aulas?

Pues, sobre todo, teniendo una mirada crítica sobre los medios de comunicación, sobre la sociedad en la que viven para intentar comprender, además, el porqué de lo que está sucediendo con las cosas, puesto que las cosas no suceden porque sí, por más disparatadas que parezcan.

¿Narrar la guerra... en paz?

*Mario Morales*¹

Fue una consecuencia lógica. Del sobrediagnóstico que hubo a finales del siglo pasado, por parte de la academia y las organizaciones periodísticas sobre las formas y modos del cubrimiento del conflicto armado interno en Colombia², pasamos a un silencio preocupante.

La primera causa fue que el cubrimiento mismo del conflicto dejó de ser in situ y comenzó a hacerse desde el centro del país o desde las ciudades capitales. Hubo razones políticas, militares, jurídicas, estratégicas y humanitarias.

Pero también había agotamiento, como lo demostró el estudio *¿Qué es noticia?* Agendas, periodistas y ciudadanos (2004) realizado por la Universidad Javeriana³. Públicos, audiencias y academia reclamaban, tanto en la cobertura como en el análisis de los asuntos informativos, otros temas de interés nacional regional y local, asociados principalmente a la tematización social, esto es, seguridad, educación, salud, etc.

De ese letargo vinimos a despertar sólo hasta 2012, cuando de manera subrepticia primero, y luego formal, nos enteramos que de la guerra sin cuartel declarada a la insurgencia por el presidente Uribe durante sus dos periodos de gobierno, con la denominada seguridad democrática, había un tránsito, liderado por el entrante presidente Juan Manuel Santos, hacia unos nuevos diálogos en busca de la paz con la guerrilla de las FARC. Hubo primero acercamientos en Europa para discutir

1 Profesor. Director del Departamento de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. moralesm@javeriana.edu.co

2 http://www.fnpi.org/fileadmin/documentos/Actividades/Actividades_2013/Medios__periodismo_y_conflicto_armado.pdf

3 <http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/docs/articulos/1692-2522/2291508/30.pdf>

las condiciones y reglas de juego, y luego se instaló formalmente la mesa de conversaciones en La Habana, Cuba⁴.

La premisa esencial de que nada estaba acordado hasta que todo estuviera acordado se tradujo en un sigiloso manejo de las informaciones con los medios y periodistas, que rayaba en el secretismo y que definió en buena parte la ruta de esa cobertura. Sólo había cabida para comunicados o declaraciones conjuntas previamente acordadas.

El escepticismo mediático fue evidente tanto por la sorpresa de la decisión gubernamental como de la decepción, aún no superada, de los frustrados diálogos de El Caguán⁵.

El interés periodístico y luego de la opinión pública fueron creciendo en la medida en que se anunciaron acuerdos en los primeros puntos de los seis que componían la agenda acordada en la mesa de negociaciones.

Con la hipótesis de que no es igual cubrir el conflicto armado sin interacción entre gobierno y guerrilla a informar sobre ese mismo conflicto en medio de negociaciones, el observatorio de medios de la Universidad Javeriana se dio a la tarea de hacer un seguimiento pormenorizado al tratamiento periodístico de ese proceso en los medios nacionales de prensa y televisión.

Ese monitoreo partió del presupuesto estadístico de no fijar plazos temporales, sino de realizar un análisis por unidades temáticas siguiendo la lógica de las conversaciones. Por dicha razón se estableció que habría una etapa de seguimiento por cada uno de los seis puntos planteados y aprobados en la mesa.

Como segunda medida se establecieron dos fases fundamentales: la primera, sobre la que versa este artículo, una fase en retrospectiva mirando todas las piezas periodísticas, no una muestra, que publicaron desde el mismo inicio de los acercamientos los medios impresos nacionales como *El Tiempo* y *El Espectador* y los noticieros nacionales públicos y privados como *Noticias RCN*, *Caracol Noticias*, *Noticias Uno* y *CM&*. El resultado es un corpus significativo. Entraron en el análisis 4.390 piezas de periódicos, y 1.567 de telenoticieros para un total de 5.957 piezas de referencia que se monitorearon con base en una matriz de análisis construida, a lo largo de los últimos diez años y mejorada en cada una de los ocho observatorios hasta ahora realizados, con base en los estándares de calidad periodística, ámbito conceptual sobre el que la línea de estu-

4 <http://www.eltiempo.com/Multimedia/especiales/proceso-de-paz-colombia/>

5 <http://www.razonpublica.com/index.php/conflicto-drogas-y-paz-temas-30/2746-el-sindrome-de-el-caguan-lecciones-de-un-fracaso.html>

dios de periodismo del grupo de investigación Medios comunicación y cultura tiene amplia documentación publicada⁶.

La segunda fase se afrontó con el objetivo de hacer un monitoreo en presente, lo más cerca posible al tiempo real con el fin de ofrecer insumos inmediatos a periodistas, audiencias y academias interesadas en establecer la calidad descubrimiento de las negociaciones de paz.

Primeras conclusiones

Los innumerables observatorios, capacitaciones y apoyos que organizaciones, academia y los mismos medios brindarnos a los periodistas que cubrían el conflicto, en procura de mejorar los estándares de calidad a lo largo de las dos últimas décadas del siglo pasado, rindieron algunos frutos, pero no alcanzaron a perfilar alternativas consolidadas de coberturas que tuvieran que ver con negociaciones o de hechos de paz.

En primera instancia se apreciaron mejorías en aspectos como la coherencia y construcción informativas. No así en otros.

Otra conclusión del seguimiento durante la primera fase fue que ese cubrimiento ha sido fundamentalmente emocional, vale decir, atado a la temperatura del estado de ánimo nacional, con base en coyunturas propias de las dinámicas del proceso, y en otras que de manera indirecta, como las elecciones o el fútbol, incidieron en la rutinas y prácticas periodísticas de los medios observados.

Al mirar en perspectiva las piezas escritas y audiovisuales, se ven reflejado los momentos de optimismo y pesimismo que narraron los periodistas.

De una primera fase plena de incertidumbre por el blindaje informativo a que se sometió todo lo que se discutiera en la mesa, y a lo cual no tuvieron acceso los periodistas, el optimismo renació cuando los voceros de las dos partes anunciaron acuerdos fundamentales en cada uno de los puntos iniciales discutidos. Más tarde, el desempeño de la selección Colombia en el mundial de fútbol y la pugnacidad de las campañas en la primera y segunda vueltas electorales para elegir nuevo presidente de República en 2014, también tuvieron incidencia en el estado de ánimo noticioso.

Esa emocionalización se vio exacerbada cuando el expresidente Uribe pasó a la oposición del proceso utilizando para ello una plataforma sensible, inmediata y de alta penetración como Twitter, con un lenguaje fuerte, señalador y acusador que recogía rumores, información privilegiada y diatribas que polarizaron el cubrimiento.

6 <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2446>

Gobierno y guerrilla, por su lado establecieron dos canales de comunicación con los medios y la población: uno, los comunicados oficiales escritos o verbales; y dos, las declaraciones a destajo por fuera de la mesa, bien por parte de los mismos voceros o de personajes piloto de cada una de las dos partes con el fin de incidir en las narrativas periodísticas y a través de ellas, en la opinión pública, buscando réplicas en las rondas de diálogos subsiguientes⁷.

Así, voces duras, altisonantes e incluso pendencieras de cada parte ventilaron ante los medios temas o debates que no tenían carácter oficial.

En esa escena de dimes y diretes, de presiones y preacuerdos, de regaños y reconciliaciones, el periodismo nacional le apostó al cubrimiento de declaraciones, versiones y reacciones, sin tener la posibilidad de verificarlas, más allá de los comunicados antes mencionados.

En esa atmósfera inestable crecieron, se reivindicaron o murieron rumores, contradicciones, críticas y halagos en las piezas periodísticas de información y en las columnas de opinión. La ausencia de fuentes o espacios de interacción en Cuba, trasladó el epicentro informativo a Bogotá. Esa escasez de hechos o sucesos catapultó el caudal de informaciones sobre el fuego cruzado, combates, tomas y atentados a lo largo del proceso, calificados como contradictorios y contaminantes.

En ese sentido, el body counting y los daños colaterales, así como el seguimiento estadístico a víctimas o acciones guerrilleras durante las treguas unilaterales de la guerrilla centralizaron la información fáctica en los altibajos narrativos de los diálogos.

Las rutinas periodísticas, especialmente en lo atinente al manejo de fuentes en las piezas analizadas, se fueron mecanizando. El cubrimiento de los decires del uribismo en las redes sociales se contrastaba con las reacciones gubernamentales y viceversa.

A las informaciones confidenciales de la oposición les seguía el intento de legitimación del proceso a través de las declaraciones de apoyo de dirigentes nacionales y personalidades internacionales.

Periódicamente aparecieron, incrustadas entre picos y valles de esas emociones, las encuestas, no pocas veces contradictorias⁸, generando a su vez tópicos diversos y cambiantes de percepción, incredulidad y desconfianza.

7 <http://www.noticiascn.com/nacional-pais/los-dialogos-paz-las-farc-cumplen-un-ano-habana>

8 <http://www.eltiempo.com/politica/gobierno/encuestas-gallup-y-cnc-sobre-optimismo-en-colombia/14506020>

Caracterización del cubrimiento

Paulatinamente los diálogos de La Habana pasaron de ser tema marginal en los medios hasta convertirse, en la segunda vuelta presidencial y en los primeros meses del gobierno del presidente Santos, en uno de los temas centrales, aunque en medio de la incertidumbre por el secretismo inicial y las filtraciones posteriores en un entorno de ambivalencias.

De la misma manera, el encuadre escéptico del comienzo fue dando paso al creciente apoyo editorial de los medios, visible en sus editoriales, pero también en la prominencia de las informaciones, jerarquización de los temas en la agenda cotidiana, hasta el respaldo irrestricto en campañas como #soycapaz⁹ que vinculó a más de un centenar de empresas privadas, entre ellas a los mismos medios de comunicación. No obstante, hubo voces críticas desde las columnas de opinión, caricaturas o desde las secciones de confidenciales.

En general el cubrimiento de esa parte del proceso fue, como en otros monitoreos sobre el conflicto, de corte machista, no sólo por la preeminencia de voces masculinas entre las fuentes citadas y entre los sujetos narrados, sino también por la vigencia de estereotipos manifiestos en narrativas sobre la superficialidad de la presencia femenina en el proceso. Valga como ejemplo el tratamiento light que los medios le dieron a la presencia de Tanja, la guerrillera holandesa en la capital cubana.

No hubo acuerdo ni claridad sobre las formas discursivas del periodismo para denominar lo que pasaba en medio de las conversaciones, comenzando por la forma de nombrar el mismo proceso: fin del conflicto, paz, posconflicto, transición o posacuerdo, teniendo en cuenta las implicaciones que cada uno de esos rótulos tenía en medio de las pugnas discursivas entre las partes que hablaban, las que se oponían y las que definitivamente no estaban de acuerdo y que llegaban a los medios contaminadas por rumores y por estrategias de propaganda política que bordearon el código penal.

Si bien el léxico reporteril pasó del bandidaje y del terrorismo a insurgencia y “alzados en armas” fue notoria la disparidad de criterios a la hora de calificar los sucesos como conflictos, rupturas, batallas, guerras, o acciones terroristas.

La concomitancia de conflicto, guerra y diálogos originó confusión en los tiempos narrativos de los medios que no dejaban en claro qué era presente y qué era pasado. Algo similar sucedió en el tratamiento de las víctimas, a veces narradas desde la guerra, a veces narradas desde el escenario del posconflicto; ora representadas en su dolor, con no poco

9 <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/campana-soy-capaz-de-empresarios-colombianos-/14505039>

tinte sensacionalista; ora relatadas como sujetos de derecho. Abundó la experiencia individual, a veces ligada a la revictimización, e hizo falta una visión conjunta de los efectos dolorosos de la guerra.

De nuevo apareció, como en experiencias de observatorios previos en relación con el conflicto interno armado en Colombia, la proliferación de notas de registro, con tono notarial, si bien necesario no suficiente para construir los relatos que requería el proceso no sólo desde la perspectiva de memoria sino de presente continuo que permita la comprensión de la problemática en sus múltiples dimensiones.

En prensa predominaron las noticias (27%) y las columnas de opinión (29%). Un tercio de la información se presentó sin autoría, aunque su despliegue fue generalmente medio. Las noticias aparecieron relacionadas con otros hechos, pero sin un contexto temporal amplio. El 39% de las piezas se acompañaron de fotografías donde predominan el presidente y funcionarios del Estado. En general se describieron acontecimientos y se registran reacciones/opiniones sobre el acuerdo y los temas de la mesa de conversaciones, aunque el tema de la paz pasó muy frecuentemente como tema complementario de noticias sobre otros temas relacionados. Las fuentes privilegiadas fueron los funcionarios del gobierno, expertos y políticos.

La televisión presentó la información sobre el proceso de paz prioritariamente en el primer bloque informativo y en formato de noticia. Usualmente se presentaron relaciones con otros hechos, pero faltó el contexto temporal, y se registraron declaraciones y opiniones por encima de los acontecimientos; en un 35% de las piezas se incluyeron fragmentos de entrevistas como recurso narrativo, donde el presidente y los negociadores de las FARC fueron los sujetos protagónicos de las imágenes. Al igual que la prensa, los temas más relevantes fueron la agenda de negociaciones y la alusión marginal a las relaciones de otros temas frente al proceso de paz. Las fuentes más frecuentes fueron los representantes del gobierno y los negociadores de las FARC.

En esta fase la narrativa fue dispar, irruptiva, incierta, a veces simplificada, asida del lenguaje de las fuentes, segregacionista con “el otro”, contaminada de propaganda y vacilante en la configuración de su peso específico entre la guerra y la paz.

Siguiendo la bitácora de Xavier Giró¹⁰, investigador de conflictos de la Universidad autónoma de Barcelona, y con base en el monitoreo de la fase mencionada podemos decir que el cubrimiento no fue completo ni revelador; fue polarizante desde la perspectiva emocional y no le dio la

10 http://lalentevioleta.files.wordpress.com/2012/06/mpdh_18cat_losdocumentales-delfeminiciociudadjuarez.pdf

debida importancia los temas subyacentes, salvo contadas excepciones. Siguió los ritmos oficiales o gubernamentales, pendiente de lo coyuntural y no del largo plazo; hizo énfasis narrativo en la justicia, entendida como impunidad versus castigo, y no como reducción del sufrimiento humano mediante el perdón, la no repetición o el conocimiento de la verdad. Siguió la lógica del cubrimiento de la guerra, utilizando generalizaciones, encuadrado en el foco de que al final debe haber un ganador y un perdedor, no pocas veces con un punto de vista maniqueo o asentado en el patriotismo; no le dio voz a todas las partes, no vio el conflicto como un problema, sino a uno de los bandos como el problema y por eso los narró desde una perspectiva deshumanizada, cosificada, preocupada por las cifras y las estadísticas. El cubrimiento fue reactivo, con énfasis en las consecuencias tangibles de la violencia y no en los efectos que no se ven y de largo plazo; se enfrascó en las polémicas y no se preocupó por dilucidar los rumores, engaños y falsedades difundidos por los diversos sectores interesados. En últimas no privilegió el perdón, la reconciliación ni las iniciativas de paz, opacadas por la misma guerra narrada y sobre-diagnosticada que mencionábamos al comienzo.

La concentración de la propiedad de los medios como un problema de regulación

*Guillermo Mastrini*¹

La defensa del pluralismo informativo y cultural debería constituir uno de los elementos principales de la política de comunicación. Una de las claves para permitir una participación ciudadana amplia es tener la posibilidad de acceder a una variada gama de productos culturales y de opinión. La concentración de la propiedad de los medios limitaría esta variedad y existen diversos ejemplos de intervención de los Estados Nacionales con el objetivo de fomentar la pluralidad.

El objetivo de este artículo es presentar las principales opciones en materia de regulación de la concentración de los medios y analizar un caso reciente como es la sanción de una nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26522/09) en Argentina.

La intervención del Estado para limitar la concentración de la propiedad de los medios se ha dado principalmente a través de tres mecanismos. En primer lugar, mediante la sanción de leyes, o partes de leyes, que limitan la concentración de la propiedad de empresas culturales. Una segunda opción ha sido otorgar subsidios para estimular el desarrollo de nuevos emprendimientos y la subsistencia de los existentes, ello como una forma indirecta de fomentar la diversidad. Finalmente, en los últimos años, se ha promovido la creación de tribunales de defensa de la competencia a partir de los cuales se han instituido medidas que regulan la conducta de las firmas dominantes para impedir abusos. Con esta modalidad, se ha intentado remediar los comportamientos anticompetitivos y analizar caso a caso las fusiones y adquisiciones, obligando en algunos casos a las empresas a desprenderse de parte de sus activos para autorizar una fusión. En general, los tribunales de competencia adolecen de un criterio específico para el sector de la comunicación y la cultura, y han priorizado el criterio que considera

¹ Profesor adjunto de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. gmastrini@yahoo.com.ar

que lo importante no es el número de propietarios sino las barreras de entrada existentes para que otras empresas puedan operar eficazmente.

Desde nuestra perspectiva, dicha política no ha podido mostrar grandes éxitos. En primer lugar, porque, como se ha señalado, los tribunales de competencia no suelen considerar la especificidad simbólica del sector cultural, limitándose a estudiar el funcionamiento del mercado. Como ha señalado Noam, al menos debería considerarse un nivel diferenciado y específico para el sector de la comunicación (Noam, 2009). En segundo lugar, porque esta lógica supone el predominio de los criterios económicos sobre los políticos y el progresivo abandono o limitación de las políticas destinadas a restringir directamente la concentración de los mercados culturales.

En términos generales, si la concentración genera ganancia potencial de eficiencia al permitir economías de escala, entonces puede afirmarse que las políticas de propiedad y concentración tienen importantes consecuencias económicas. Por otro lado, el valor de la mercancía cultural es doble, económico y simbólico; por lo tanto, es muy difícil abordar el problema del valor del producto de las industrias culturales sin considerar su valor simbólico. La diversidad cultural y el pluralismo informativo constituyen también factores que pueden afectar la calidad y eficiencia de un mercado.

Si la política de propiedad quedara determinada solo por consideraciones económicas, el desafío principal para los reguladores sería evitar potenciales pérdidas de eficiencia en una industria caracterizada por economías de escala con tendencias al oligopolio. De aquí se desprende el que la competencia y la eficiencia no pueden constituir los conceptos principales que definan las políticas culturales. Para ello es necesaria la intervención del Estado con el objetivo de preservar el pluralismo y la diversidad.

En términos generales, la intervención del Estado Nacional para resguardar el pluralismo implica comprender la importancia de los aspectos políticos y culturales involucrados en la regulación de la comunicación. La intervención de los poderes públicos resulta una herramienta indispensable para evitar la concentración, tanto por la regulación y la generación de condiciones para la existencia de medios diversos, como por la creación de medios públicos que garanticen ofertas alternativas. Regular la concentración de la propiedad implica, entonces, promover criterios sociopolíticos sobre los criterios económicos.

Las corrientes neoclásicas consideran que la libre competencia es clave para la economía de mercado, sin la cual no hay “libre empresa”. Esta puede entenderse como “medio” y como “fin” en sí mismo: el mode-

lo liberal de competencia perfecta que busca garantizar la competencia procura evitar la reducción del número de actores en el mercado, mientras que el modelo de competencia imperfecta funcional o practicable (*workable competition*) implica garantizar la competencia no falseada, sin perjuicio de la existencia de monopolios públicos en sectores particulares que buscan garantizar el interés colectivo.

Con el predominio de estas ideas, las políticas de comunicación se han reorientado a partir de la década del 80. Como sostiene Mosco sobre las políticas de comunicación en el periodo neoliberal:

El papel del Estado ha cambiado significativamente. Solía ocupar un papel considerablemente diferente en el proceso de transformación estructural en las industrias de comunicación. La industria era propiedad del Estado o estaba muy vinculada al Estado a través de la distribución de presupuesto, del conjunto de la política y de la regulación (Mosco, 2009, p. 287).

En el periodo de reorientación neoliberal, cuando la intervención del Estado promovió diversos intereses empresariales, las empresas desarrollaron nuevas estructuras de organización que combinaban el poder de disponer de los recursos y la flexibilidad de responder a los mercados cambiantes. Esta transformación sucedió con una activa dirección legal, reguladora y política del Estado. Por ello, desde la perspectiva de la economía política, es preciso enfatizar el análisis de los factores políticos, abogando por una atención al papel constitutivo del Estado en la industria de la comunicación.

Claro que la intervención del Estado debe ser promovida a partir de un interés público que se caracterice por promover el pluralismo y limitar las tendencias económicas a la concentración. Como sostiene el constitucionalista norteamericano Owen Fiss en su interpretación de la primera enmienda de la Constitución de dicho país que consagra la libertad de expresión: la intervención del Estado debe ser positiva para garantizar el derecho a la libertad de expresión, y que el conjunto de la población pueda acceder a ella, y no como se lo ha indicado desde una posición liberal, limitarse a no censurar (Fiss, 1999).

De esta manera, quedan claras dos premisas básicas sobre la intervención estatal en la definición de políticas de comunicación. La primera es que el Estado siempre tiene una participación activa, sea por acción o por omisión, en la definición de las políticas que guían al sector comunicacional. La segunda es que dicha intervención puede ser en beneficio de una comunicación más democrática o de intereses particulares. La definición de la política de comunicación y la regulación de la concentración

como problema específico dependen, entonces, de la relación de fuerzas que intervengan en su definición.

Desde una perspectiva crítica, la regulación de la comunicación se torna imprescindible porque los beneficios que presenta la concentración de la propiedad son reducidos y sus efectos pueden ser bastante negativos. Además de las limitaciones al pluralismo, uno de los problemas añadidos de la concentración es que afecta el flujo constante del movimiento empresarial, lo que dificulta su seguimiento y vigilancia. Su relevancia jurídica radica tanto en la competencia económica como en el propio funcionamiento de la democracia.

Los problemas que se presentan a los reguladores en relación con la concentración implican tanto la definición de criterios claros, como el establecimiento de límites y qué hacer en las situaciones que dichos límites han sido superados. Además, “el nivel de concentración de la propiedad alcanzó en algunos países un nivel tan alto que torna muy difícil introducir nuevas legislaciones. Es muy difícil legislar retroactivamente obligando a las empresas a vender propiedades que ya adquirieron” (Mastrini y Aguerre, 2007, p. 60). En el escenario de concentración y convergencia actual, la clave radica en la posición dominante, es decir, aquella situación en la cual una empresa consigue implantar su modelo económico e impone condiciones a la competencia.

Pérez Gómez (2002) parte de una definición económica clásica de concentración que luego amplía al tomar de Sanabria (1997) la idea de “dominio de mercado por influencia”, problema que es señalado como el de mayor envergadura. A partir de allí, concibe la concentración como “la acumulación de poder en la acción de informar por crecimiento de patrimonio o acuerdos que pueden alterar la libre concurrencia de bienes y servicios en el mercado de la información”.

Entre las consecuencias de dicho proceso, Pérez Gómez hace una distinción entre las económicas y las que afectan el pluralismo informativo. A nivel económico, Pérez Gómez señala que la concentración puede resultar beneficiosa para reducir costos, y negativa a su vez al afectar la libre competencia si se generan posiciones dominantes². Por el lado del pluralismo informativo, la concentración se destaca como positiva cuando evita la desaparición de medios con problemas económicos y se

2 Por posición dominante se entiende la situación en la que una empresa tiene la posibilidad de desarrollar un comportamiento relativamente independiente que le permite actuar en el mercado sin tener en cuenta a los proveedores, clientes o competidores; o incluso, generar acciones que afectan a alguno de estos actores, en tanto que son competidores directos o indirectos.

considera negativa cuando conduce a la imposición de criterios a partir de posiciones dominantes.

Para Pérez Gómez, estos son los elementos jurídicos que justifican el control de la concentración de medios: el pluralismo informativo y la libre competencia. Si bien en los textos jurídicos más antiguos estos principios no están presentes, sí son reconocidos en diversas constituciones nacionales y por la Unión Europea, que obligan al legislador a respetarlos y protegerlos (Pérez Gómez, 2002).

Un ejemplo de cómo se conciben las obligaciones de protección del pluralismo informativo puede ser apreciado en el trabajo del Comité de Expertos en Concentraciones de Medios de Comunicación y Pluralismo (MM-CM) del Consejo de Europa. Este organismo promueve la diversidad de la oferta de los medios de comunicación, reflejada tanto en la existencia de medios independientes y autónomos (*pluralismo externo*), como en la diversidad de contenidos dentro de un determinado medio (*pluralismo interno*) en lo que respecta a la función de los contenidos (informar-educar-entretener), temas abordados, puntos de vista con que se tratan dichos temas, grupos sociales que se expresan y segmentos de audiencia a los que se dirigen.

Ninguno de estos conceptos está expresamente reconocido en los países de la Unión Europea (UE) porque sus constituciones son previas al desarrollo de la concentración. En los tribunales constitucionales europeos, no fue tan claro el reconocimiento hacia el principio de libre competencia, como si lo fue el otorgado al de pluralismo informativo, que ha sido reconocido más en los papeles jurídicos que en la práctica o en las legislaciones. De acuerdo a Pérez Gómez:

Los poderes públicos están obligados a controlar las operaciones de concentración de medios de comunicación y a prohibir aquellas concentraciones a través de las cuales determinadas empresas pueden llegar a acumular un poder excesivo en un determinado mercado, si ello pone en peligro la competencia en dicho mercado (Pérez Gómez, 2002, pg.41).

Para este autor, dicha capacidad del poder público debe situarse en el marco del conjunto de la normativa de defensa de la competencia. Entre los tipos de prácticas empresarias que pueden dar lugar a una restricción indebida de la libre competencia en el mercado de medios de comunicación, se destacan: 1. Los acuerdos anticompetitivos, 2. El abuso por parte de las empresas de una posición dominante en el mercado (que puede consistir en impedir el acceso al mercado de otra empresa o imponer condiciones discriminatorias o abusivas a determinados operadores), 3. Las ayudas públicas usadas indebidamente, 4. Las operaciones

de concentración que refuercen posiciones dominantes y obstaculicen la libre competencia.

Las normas específicas sobre concentración buscan salvaguardar el pluralismo y el derecho de la competencia en alguna medida, y que son en sí complementarios, pero la coincidencia de intereses tiene sus límites. Desde el punto de vista de la Defensa de la Competencia, las posiciones dominantes son admisibles siempre que en el mercado exista competencia efectiva. Esto, desde la perspectiva del pluralismo, es inadmisibile puesto que, aunque encuentran notables coincidencias en la práctica, sus objetivos son distintos: mientras que uno busca garantizar el mercado, el otro pretende evitar la influencia en la opinión pública. Deben definir parámetros, tales como: definición de “concentración”, de “mercado relevante”, de los criterios para medir, de los límites (excesivos), del quién y cómo controla y de las medidas sancionatorias.

Como se ha visto, la “defensa de la competencia” es uno de los criterios de control más usado en los últimos años. Desde el Consejo de Europa, se reconoce la concentración como problema desde 1975, cuando una resolución pidió a los Estados que colaborasen para evitar la desaparición de medios gráficos. En 1982 se expresó en pos de garantizar la variedad para buscar el pluralismo y desde 1989 funciona el CC-CM, que analiza el desarrollo y el impacto en el pluralismo cultural-político y propone medidas para controlar los *gateways* y promocionar pluralismo informativo. Para esto, ha recomendado establecer límites a la propiedad de medios (por control de audiencia, suministro de programación, y totalidad de recursos económicos), promover la responsabilidad editorial y garantizar la existencia de medios públicos con participación ciudadana. El control debe ser promovido mediante leyes específicas o vía defensa de la competencia. En el Convenio Europeo de DDHH, el art. 10 sobre la libre expresión, busca salvaguardar al pluralismo, aunque sin decir nada concreto sobre concentración, y expresa que es un deber del Estado garantizarlo. Constituye una promoción general del pluralismo que ha implicado bajos niveles de compromiso por parte de los países.

Los países pertenecientes a la Unión Europea han generado normas de derecho a la competencia que incluyen sistemas de control de concentraciones empresariales, a las que definen como prácticas de adquisición del control de otra empresa o de fusiones a partir de las cuales una empresa se integra a otra (*joint venture*) o pasa a dominarla. Existen dos tipos de control:

- Controlar las operaciones que alcancen determinados umbrales económicos por volumen de negocios, en las que solo se prohíbe la posición dominante (por ejemplo, Alemania e Italia).

- Un control similar al anterior, pero que agrega al análisis del volumen de negocio los porcentajes de cuotas de mercado (Gran Bretaña, Francia y España).

Para el control de la concentración resulta clave el rol de los organismos de defensa de la competencia y los marcos regulatorios. Cuando no se indican niveles precisos, ni efectos anticompetitivos concretos, ni criterios técnicos para delimitar mercados estratégicos, el control de la concentración resulta siendo complejo. Además, en el sistema de medios se suma un problema más grave que el económico: el político, pues resulta estratégicamente importante el diseño claro de normas específicas para la libre competencia en el sector de medios porque estas (acuerdos anticompetitivos y abusos de posición dominante) son aplicadas por autoridades nacionales de la competencia. Como ya ha sido señalado, los tribunales de defensa de la competencia se han mostrado poco eficaces para limitar la concentración de la propiedad de los medios y garantizar el pluralismo porque su concepción suele ser eminentemente económica, incluso estableciendo criterios especiales para el mercado comunicacional, con menor permisividad para la fusión de empresas comparado con otros mercados.

En Estados Unidos, la regulación de la concentración de los medios de comunicación fue considerada de manera temprana. En 1949, se estableció la *Fairness doctrine*, que estableció que los medios debían ofrecer iguales oportunidades a todos los candidatos en los periodos electorales, ello como forma de evitar la discriminación en el trato a determinados partidos. Esta Ley fue derogada en 1987. En 1972 se establecieron reglas de *must carry* que obliga a los sistemas de cable a incluir todas las señales locales. Los límites a la concentración se fueron incrementando con el correr de los años: Si en 1953 existía la regla del 7-7-7: siete AM, siete FM y siete estaciones de televisión a nivel nacional, en 1992 se elevaron los límites hasta 30-30-12, aunque ningún operador puede superar el 25% potencial de un determinado mercado. Finalmente, la *Telecommunications Act* de 1996, eliminó los límites cuantitativos, se restringió la posesión de más de ocho estaciones en un mismo mercado y se estableció un techo del 35% de la audiencia potencial. Finalmente, si bien durante muchos años estuvo prohibida la propiedad cruzada entre radio y televisión, esto fue permitido en 1989 en los principales 25 mercados del país. Sí se mantiene la prohibición de propiedad cruzada entre radiodifusión y diarios impresos. Las limitaciones específicas para el mercado del cable fueron removidas por la *Telecommunications Act* de 1996. En 2003, la FCC promovió un mayor relajamiento de las normas anticoncentración que fue impugnado y rechazado en instancias judiciales.

Una situación que debe considerarse, especialmente en Estados Unidos, es que las políticas establecidas por la FCC no suelen tener fuerza de ley y, por lo tanto, el proceso de modificación o directamente de su anulación suele ser medianamente sencillo. Esto fue aprovechado, como se acaba de describir, por los gobiernos que han promovido mayores niveles de concentración en los mercados comunicacionales.

La regulación de la comunicación ha quedado sostenida por la *Telecommunications Act* de 1996 que establece un esquema regulatorio pro-competitivo, que es la implementación de políticas desregulatorias para acelerar la rápida expansión de las tecnologías de la información y la comunicación y de los servicios del sector privado; esto, a través de la apertura de todos los mercados de telecomunicaciones a la competencia. La Ley determinó la revisión bianual de las normas, atribuyendo a la FCC la posibilidad de modificar o eliminar aquellas que ya no respondan al “interés público”. Como señala Miguel de Bustos, hasta la Ley de Telecomunicaciones:

(...) se suponía que las reglas propuestas por la FCC eran correctas. A partir de esa fecha se establece la necesidad de revisión bianual de las normas e incumbe a la FCC demostrar que lo son. Estas revisiones dan lugar a que los Tribunales recojan las argumentaciones de los demandantes y que paralicen las nuevas reglas o demanden mayor justificación mediante presentación de evidencias (...) es un mecanismo perverso en tanto los Tribunales demandan cambios y colocan a la FCC en una continua búsqueda de evidencias” (Bustos, 2006, p. 2).

La modificación regulatoria del 96 ha supuesto una redefinición constante de los límites del interés público. A partir del análisis de las revisiones normativas de la FCC en los años 2002 y 2006, se plantea que los objetivos de las políticas públicas son la competencia, la diversidad y el localismo. Sin embargo, el andamiaje jurídico en materia de comunicaciones está sujeto a una constante búsqueda de evidencias que demuestren que la concentración no es “tan” nociva, lo genera una carrera de litigios judiciales. No obstante, el interés público se relaciona con los intereses de los actores corporativos cada vez más.

En América latina, las limitaciones a la concentración no han tenido importancia significativa. Se destaca la prohibición de la entrada de las empresas telefónicas en el sector de los medios de comunicación en Argentina y México, la cual procura ser franqueada por las empresas Telefónica y Telmex. Si bien este proceso escapa a los alcances de este artículo, resulta uno de los ejemplos más interesantes para el análisis, ya que condensa problemas derivados de la globalización y la convergencia,

así como expresa la lucha entre grandes grupos de base nacional y empresas transnacionales.

Un ejemplo actual de limitación a la concentración, desde el punto de vista regulatorio, es presentado por la sanción en octubre de 2009 en Argentina, el de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26522/09). Inspirada en principios como el derecho a la comunicación, la Ley establece un marco regulatorio en el que se destacan las políticas anticoncentración.

La Ley 26522/09 decreta límites a esta concentración económica en los servicios de radio AM y FM, televisión abierta y televisión paga, limitando la cantidad de licencias por grupo, restringiendo el acceso al espectro y regulando las redes y la emisión de contenidos. La ley contempla que los servicios de comunicación audiovisual sean operados por tres tipos de prestadores: personas de derecho público estatal, privados con fines de lucro y privados sin fines de lucro. Entre las condiciones de admisibilidad que fija esta ley para los privados (artículos 24 y 25), hay algunas que expresamente buscan evitar la concentración de mercado. En el caso de las personas físicas, se aclara que no debe ser director, administrador, ni poseer más del 10 por ciento de las acciones de un operador de servicio público. En lo que respecta a las compañías sin fines de lucro, sus directivos y consejeros no deben tener vínculos directos o indirectos con empresas privadas de radiodifusión o telecomunicaciones, para lo cual deben acreditar el origen de los fondos invertidos.

Por otra parte, la ley establece dos niveles de límites a la concentración de licencias. En el plano nacional, se autorizan hasta 10 licencias³ cuando se trata de servicios de radio, televisión abierta y televisión paga con uso del espectro radioeléctrico. A los que ofertan servicios de televisión satelital se les permite tener una licencia nacional y se los excluye de cualquier otro tipo de licencias, mientras que para los que ofrecen televisión por cable, el límite es de 24 licencias, dejándose aclarado en la Ley que la autoridad de aplicación determinará sus alcances territoriales y de población. Además, se aclara que la multiplicidad de licencias, a nivel nacional y para todos los servicios, en ningún caso podrá implicar la posibilidad de llegar a más del 35 por ciento del total nacional de habitantes o de abonados a la televisión paga. A nivel local, se puso un límite de tres licencias con los siguientes límites a la propiedad cruzada: quien tiene una licencia para televisión abierta puede tener a su vez una AM y una FM pero no puede ofrecer televisión por suscripción, y quien

3 Es importante recordar que en Argentina las licencias son de carácter local y solo el Estado detenta una licencia de alcance nacional. Por lo tanto, el límite de diez licencias es importante.

ofrece televisión por suscripción puede tener una AM y una FM, pero no puede ofertar televisión abierta (artículo 45).

La ley también limita la formación de redes de radio y televisión ya que, si bien autoriza su formación específica, también indica que la emisora adherida a una red no puede cubrir la programación de la cadena más del 30% de sus emisiones diarias. Además, debe contar con un servicio de noticias local en horario central y mantener el 100% ciento de los derechos de contratación sobre la publicidad emitida.

La regulación de contenidos establece que las radios privadas deben emitir, por día, un 70% de la programación nacional, un 30% de música nacional (de la cual un 50% debe ser independiente) y un 50% de información propia, incluyendo noticieros. En el caso de la televisión abierta, el mínimo de producción nacional requerido es del 60%, de la producción propia debe ser el 30% (incluyendo informativos locales) y además se exige un 30% de producción local independiente para las ciudades de más de 1,5 millón de habitantes. A la televisión paga se le exige una señal de producción local propia por cada licencia.

Las reservas del espectro radioeléctrico también buscan ponerle límites a la concentración. En el artículo 89 se afirma que al momento de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) deberá reservar espectro para el cumplimiento de los objetivos de Radio Televisión Argentina (RTA)⁴ y sus repetidoras. Además, a cada provincia se le otorga frecuencia para una AM, una FM y un canal de televisión abierta y sus repetidoras. A los municipios les corresponde una frecuencia para FM y a las universidades nacionales una frecuencia para televisión abierta y otra para emisoras de radiodifusión sonora en el área de su sede central. Por último, a los pueblos originarios también se les reserva frecuencia para AM, FM y televisión abierta, y a las organizaciones sin fines de lucro, el 33% del espectro en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestre en todas las áreas de cobertura.

Como se puede apreciar, esta regulación aborda el problema de la concentración desde diversos ángulos. Constituye un ejemplo de cómo regular la concentración de la propiedad de los medios considerando tanto la propiedad, la distribución del mercado, la participación de las organizaciones sin fines de lucro y la producción de contenidos. Ha despertado tanto rechazo en las cámaras de propietarios de medios nacionales y regionales, como entusiasmo en las organizaciones de la sociedad civil.

4 RTA es la emisora de propiedad estatal argentina conformada por Canal 7 de Televisión, Radio Nacional y Radio Argentina al Exterior.

Claro que su aplicación ha resultado difícil. En primer lugar, debió atravesar un largo proceso judicial ya que el principal grupo de medios del país, Clarín, observó la norma por atentar contra la libertad de expresión y sus derechos patrimoniales. Recién en octubre de 2013, la norma fue declarada plenamente constitucional por la Corte Suprema de Justicia. Desde entonces, ha comenzado un complicado proceso de adecuación a la norma, que escapa a la capacidad de análisis de este artículo.

Bibliografía

- Bustos, J. C. M. de (2006), Sobre pluralismo y diversidad. *Revista Zer*, 14.
- Fiss, O. (1999), *La ironía de la libertad de expresión*. Barcelona: Gedisa.
- Mastrini, G. y Aguerre, C. (2007), Muchos problemas para pocas voces. La regulación de la comunicación en el siglo XXI. *Diálogo Político*, XXIV(3).
- Mosco, V. (2009), *La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación*. Barcelona: Bosch.
- Noam, E. (2009), *Media Ownership and Concentration in America*. New York: Oxford University Press.
- Pérez Gómez, A. (2002), *El control de las concentraciones de medios de comunicación*. Madrid: Dykinson.
- Sanabria, F. (1997), Concentración empresarial, libertad informativa y diversidad de contenidos en los medios de comunicación. VVAA (Ed.), *Manuel Fraga. Homenaje Académico*.

Exploraciones de la narración en presente

Memoria del curso narración digital y transmedia

Eduardo Gutiérrez¹

Las formas de narrar que una sociedad elige para poner en relato los sentidos que la convocan es un dato clave para comprender el cambio en la cultura y explorar en la densidad de los significados emergentes lo que una colectividad piensa, siente y, en diversas formas, lo que esa sociedad es y quiere ser. Sin embargo, los interrogantes en el cambio en los modos de narrar no es una de las áreas fuertes; más bien, se tiende con frecuencia a establecer las técnicas, los lenguajes o los discursos en sí, pero no la tensión que sugiere el deseo de contar y los modos de llevarlo a cabo.

El curso sobre *Narración digital y transmedia* desarrollado en la cátedra UNESCO de comunicación 2013 buscó trabajar en este punto. De un lado, se propuso hacer un diálogo desde lo conceptual que permitiera delimitar aquello que puede comprenderse como la narración transmedia, y del otro, convocó a las voces de los creadores que de una u otra manera van aprovechando las posibilidades que las nuevas alternativas técnicas y tecnológicas, que se han expandido en el periodo reciente de cambio comunicativo impactado por la mutación digital, les ofrece, y se propuso conversar con ellos acerca de las posibilidades que han hallado para narrar y narrarse.

De este modo, lo que se hizo en la primera jornada fue construir colectivamente, en diálogo con los asistentes, una serie de pistas sobre la zona ambigua que se ha trazado, para nombrar una serie diversa de formas de contar, interactuar y propiciar variantes de relatos que se han potenciado con el cambio en las formas de representación y el apoyo en el soporte digital, las cuales se ha tendido a denominar como narración transmedia. Ello para poder conversar los otros dos días con los creadores, quienes en diversas maneras han hecho uso de esas posibilidades y han buscado alternativas que les

¹ Profesor del Departamento de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. gilberto.gutierrez@javeriana.edu.co

permitan llevar al relato los sentidos que desean movilizar en la sociedad sin necesariamente autodefinirse como transmedia.

El curso permitió la experiencia de pensar en caliente, en acción, en movimiento, sobre y desde los objetos en construcción en tanto muchos de ellos están en permanente movilidad y transformación. A su vez, el curso propicia una segunda capa que interpela el país, la realidad, los asuntos y los modos de contarse de Colombia en el contexto contemporáneo. Es obvio que no es posible concluir de manera definitiva sobre estos ámbitos, pero el debate conceptual y el diálogo de experiencias sugieren un carácter indicativo y un espacio a explorar para comprendernos en el tiempo presente.

1. Ideas para ac(g)otar una categoría

Si atendiéramos a la más clásica narración de lo que es transmedia parecería una clara definición de un tipo de producto concebido para el mercado. Como lo diría Jenkins en su texto del 2003: “A good transmedia franchise attracts a wider audience by pitching the content differently in the different media. If each work offers fresh experiences, then a cross-over market will expand the potential gross within any individual media.” La definición de Jenkins parecería centrada en crear una respuesta para la pregunta: ¿cómo apresar a tu audiencia? Con esto, es clave decir que el despliegue de lo que se llama transmedia puede estar enmarcado con facilidad en lo que podría constituir el mercado de la atención.

Sin embargo, como concepto, transmedia tiene un reverso que revela una pregunta de fondo sobre el cambio en las oportunidades de representar y de “contar la vida” que tenemos a disposición. La evolución, a partir de las categorías que han ido insembrando la terminología sobre el lenguaje y el discurso con las marcas del cambio tecnológico hacia lo digital, ha dado como consecuencia un continuo que va del hipertexto a la multimedia, de esta a la hipermedia y de allí a la narración transmedia.

Con lo que podemos establecer al menos tres ámbitos del pensar; el primero, el de la textualidad modificada por los modos de conexión entre textos facilitados por el nuevo soporte, produciendo la dimensionalidad del texto en el prefijo “hiper”; el segundo, es el de la medialidad modificado por la idea de la pluralidad en el prefijo “multi”, apuntando a la oportunidad de contar un mismo relato *en* varios medios y su correspondiente que desborda al medio y explora la interconexión de medios al pensar la posibilidad de contar un relato *con* varios medios; finalmente, la narración transmedia que, precisamente, acoge el hecho de que es la narración la que articula y en su propia potencia desborda cualquier medio y persiste más allá de un modo de narrar en particular. El adjetivo (que

no sustantivo) transmedia anunciaría la imposibilidad de un medio para contener la potencia narrativa del acto humano de relatar.

Narración transmedia remite, entonces, a un modo de narrar que tiene como característica desbordar el límite de un solo medio para ser contado y, a la vez, mantener su potencia como oportunidad para decir lo nuevo o lo posible. Sin embargo, lo que podríamos decir es que con facilidad hallamos en la vida cotidiana productos de comunicación que desde el mercado se han ocupado de construir y movilizar este tipo de narración, y a su vez consolidan una terminología que es par al universo de consumo y control como lo son la idea de convergencia y la figura del fan. ¿Será posible hacer transmedia sin las pretensiones del mercado? ¿Es posible pensar la narración transmedia como un modo de contar que lleva en sí las formas del consumo y la lógica del mercado? ¿Será que la narración transmedia nombra el conjunto de las posibilidades existentes en la oportunidad digital?

2. Formas de narrar en tiempo digitales

Si tuviéramos que nombrar las tres experiencias que se contaron en el curso durante la cátedra como transmedia, deberíamos ser claros y decir que realmente no pueden incluirse desde la categoría, aunque en la definición desde la crítica que hemos hecho en el numeral anterior es posible establecer una pregunta que señale por donde abordarlas: ¿qué posibilidades encuentra cada una de las experiencias para narrar en las condiciones que propicia la mutación digital? O dicho de otro modo, ¿qué modos de narrar proponen acudiendo a las alternativas digitales?

Cositas de niñas: *mujeres, mercado y libertad narrativa*

El trabajo de Federico Barragán y su equipo de Dirty Kitchen ha tenido gran auge en la red, en buena parte el éxito de la serie *Cositas de niñas* (www.cositasdeninas.com) emerge de la idea de salir de la dependencia de otros que obligan a narrar de modos específicos y supeditarse al mercado. En este caso, Barragán y su equipo parten de la apuesta de: primero contar, crear una audiencia y luego de pasar ese nivel, poder vincular a quienes desean anunciar y localizar sus productos o crear series específicas para posicionar marcas y productos. En síntesis, tener éxito narrando en el escenario digital y después que vengan los anunciantes.

El proceso de *Cositas de Niñas* habla en primera instancia de un tipo de narración propia de la web, con breves episodios que se conectan en temporadas al estilo de la televisión, pero que se articulan de modo complementario a las dinámicas de las redes sociales, la serie está en YouTube, tiene página web y Twitter. Esta opción hace que el seguimiento,

el contacto y las opciones de narración superen el límite de la inmediatez y que también jueguen con formas narrativas que ironizan y confrontan los hábitos cotidianos de una audiencia femenina muy cercana al consumo en escenarios digitales. Daniel y Ricardo, los conductores del programa, hablan sobre temas comunes y en su relato usan listas de tips, claves, consejos muy propios de una revista de variedades y la sabiduría del sentido común, todo esto se combina con mucho de comentario cotidiano y algo de charla de autoayuda, cruzado con las formas de un *talk show*. La mezcla resultó efectiva en términos de audiencia y del mercado. Un buen ejemplo de esto es que para la temporada 3 se llevó a cabo el proceso de convocar a las seguidoras para crear capítulos y en menos de 15 días recibieron alrededor de 1.800 episodios escritos por mujeres para la serie.

Para el interrogante del curso, esta experiencia pone de plano una combinación entre la posibilidad de narrar libremente sin atenerse a formatos y el ejercicio de narrativas seductoras que atrae grandes cantidades de público alfabetizado en el ámbito digital, que asume contenidos como este en una zona indeterminada entre la autocrítica, la ironía, la burla y el ocio. Con *Cositas de niñas*, Dirty Kitchen como casa productora, sabe hablar con unas audiencias que poseen una nueva identidad y a las que es posible acercarse a partir de diversas puertas, audiencias dispuestas a colaborar en medio de una actitud de goce. Al final, es posible decir que más allá de hacer caber una apuesta como esta en la idea de transmedia, ya sea porque los relatos no se agotan en un solo soporte o por las posibilidades de creación y participación, el tipo de narrativa sugiere una alternativa donde audiencias particulares se reconocen y asumen que pueden relatarse.

Déjà vu: *suspense en ritmo digital*

La ópera prima de Juan Francisco Pérez Villalba, *Déjà vu* (www.dejavuse-rieweb.com), es un ejercicio de arriesgarse a crear tanto en géneros poco usuales en Colombia como el suspense y la ciencia ficción, explorando un formato distinto: la serie web.

Este trabajo fue realizado como proyecto de grado en la Universidad Javeriana y se ha extendido más allá del ámbito académico para buscar opciones en el mercado; sin embargo, más allá de su fase experimental es una serie de 12 episodios web que se ha posicionado entre las audiencias de la red y que ha sido premiada con más de 10 premios en los Web Festival del mundo, desde Vancouver y Roma hasta Los Ángeles a los que ha sido presentada.

El relato del trabajo de Juan Francisco y sus compañeros recoge una serie de rasgos que están en la intuición de quienes inician la exploración

de narrar en formatos digitales: tecnología disponible, bajo costo, nuevas experiencias en distribución y, sobre todo, otras maneras de contar historias. Mucho de lo que hace *Déjà vu* es explorar cómo se da el proceso de vida de las audiencias en internet y comprender lo que sucede con la atención cuando se cuenta con una oferta diversa de alternativas disponibles, en este análisis reconocen que al igual que una narración, en cualquier otro medio es necesario contar con personajes, espacios, conflictos y demás elementos, pero la naturaleza dispersa de la atención del visitante de la serie obliga a determinar que la duración debe ser menor y que el ritmo debe captar, enganchar y mantener al visitante.

Al pasar a la fase de promoción, desde el lanzamiento hasta la circulación, llevaron su proyecto a estrategias de promoción en redes sociales, por el “voz a voz” y con esto dar el salto a una actuación al interior de estrategias publicitarias. Esto implicó mover los pocos recursos que tenía y obtener una visibilidad significativa dada la novedad y su circulación en medios tradicionales que impulsaron a tener una audiencia mayor para la serie, lo que podría dar el sentido de una experiencia innovadora.

Es claro que la serie no lleva una intencionalidad de hacerse una serie transmedia, sino que es más bien una exploración por hallar otras formas de narrar para hacerse un espacio en el espectro de interés de las audiencias; es allí, donde necesitan moverse de modo estratégico. En este lugar, está tanto el descubrimiento como el obstáculo para *Déjà vu*: el trabajo complejo de mantener un lugar propio entre las audiencias más allá de tener un tema y un relato interesante, exige como requisito obligatorio encontrar puertas para que las audiencias lleguen al relato en el recóndito lugar en el que se encuentra en la red. Lo cual abre la pregunta de ¿si para un contenido es posible vivir, sea el que sea en el contexto digital, sin una estrategia que abra estas entradas y juegue a posicionarse entre las dispersas audiencias, y si esta no es de por si una solicitud que llama a construir formas transmediales?

Meandros. *Buscando un territorio para contar*

El conflicto y el desplazamiento en Colombia han tenido diversas formas de ser relatados, pero es importante reconocer que los procesos sociales en el país necesitan renovar sus formas de contarse, de esa insatisfacción y del agotamiento paulatino de formas anteriores en el documental y en las formas web documentales surge *Meandros* (www.meandrosdoc.com).

Olga Acero y Gabriela Díaz, de Medio de Contención Producciones, están interesadas en contar de una manera diferente el conflicto latinoamericano a partir de las voces de los que los viven, no hay una única manera de narrar el conflicto; en este sentido, se pasa de la investigación

y desde la acción de mostrar esas realidades a las formas participativas donde las personas no sean objetos sino que puedan elegir las formas en que quieren ser representadas.

Meandros es una historia de experiencias de investigación, nace en una primera fase contando la experiencia Boliviana tras la llegada al poder de Evo Morales: *Hartos Evos aquí hay* realizado por Héctor Ulloque y Manuel Ruiz Montealegre. Allí se comienza a encontrar la necesidad de poner la voz de las personas y la construcción de otras formas de narrar desde los cambios sociales y políticos que hoy se dan en Latinoamérica y necesitan otras formas de ser narrados. El Chapare boliviano condujo al Guaviare colombiano.

Contar la historia de las personas que viven alrededor del conflicto y de la coca en el Guaviare más allá de las noticias o las versiones oficiales. En este sentido los elementos estaban dispuestos, las voces de colonos e indígenas del Guaviare en su recorrido por la relación con la coca y el conflicto, así como una necesidad de contar que saliera de la unidireccionalidad y la univocidad. La investigación recoge las experiencias de los diversos habitantes y este relato se soporta en un mapa que es a la vez la posibilidad de recorrer el río y de escuchar las voces diversas en el viaje por los meandros del río.

Como experiencia de interacción, más allá de la Transmedialidad, lo que se muestra es la limitación de otras formas de narración y la posibilidad que ofrece el soporte digital para contener la pluralidad de voces y, a su vez, de sugerir un concepto sobre la comprensión más compleja de las realidades del conflicto. En su lugar, opera como punto de convergencia de la pluralidad de voces, es abierto por la cantidad de caminos que puede tomar el visitante; pues ante realidades en disputa, las representaciones también deben ser abiertas y no acabadas, no pueden ser versiones finales del mundo.

3. Narrar país en tiempos digitales

Obviamente este no es un ejercicio exhaustivo, la colección de experiencias reunidas es solo una pista básica pero indicativa que puede ayudar a pensar lo que significa hallar formas narrativas en el tiempo de cambio en la representación, a lo que se podría nombrar como una oportunidad digital. Tampoco este es un ejercicio que nos deje con una frontera rigurosa para lo que puede nombrarse como transmedia o no.

Realmente lo que logra el curso es hacer un sondeo inicial sobre las posibilidades que jóvenes creadores han encontrado para narrar en un país inmerso en el contexto contemporáneo. Por eso cohabitan en esta lectura las posibilidades de contar desde lo leve de las veleidades de la

vida rutinaria de amor y desamor o desde la vida aparentemente ajena pero presente del conflicto y el narcotráfico, así como las inquietudes por contar desde la ficción de suspenso y la de conectar la atención de las audiencias volátiles con el conflicto más allá de las noticias.

Pistas tenues para una emergente ecología de medios en la que cabe la pregunta por la posibilidad de hallar a las audiencias sin acudir a las múltiples puertas de la transmedia, reducida a las formas del mercadeo. Así como también sugiere el interrogante sobre la posibilidad de anteponer relato a mercado sin que relato signifique necesariamente un tipo de narración ya establecida o un tipo de género formalizado. Cómo no ver alternativas ante propuestas que bordean formas diversas, mezclan lo cinematográfico y lo televisivo, lo documental y el reality, el pastiche con las formas populares del sketch en YouTube, así como a la vez se adentran en los soportes digitales, circulan por formas de contacto y promoción diversas y sobre todo se la juegan por hallar el hilo de relatos más abiertos, sin fin único, en deriva, ya sea por la reiteración de sus formas o por la pluralidad de voces en las que se reconoce.

Tal vez para un país, en conflicto o del posconflicto, necesitado de maneras de contar lo que pasó y de persistir a lo largo de un extenso diálogo en el que se contarán verdades y se *fictionarán* las diversas mutaciones de la realidad, estas voces que escuchamos en el curso, cercanas o lejanas a la industria y el mercado y más o menos explícitas en su intencionalidad política, hablan de un grifo narrativo que deberá extenderse y poner a su servicio lo digital, sea en las lógicas transmedia o en otras que aún están por recrearse.

Bibliografía

- Emerson, L., Robertson, B. J., Ryan, M. L. (2014), *Johns Hopkins Guide to Digital Media*. Baltimore: Johns Hopkins University.
- Genette, G. (1989), *Palimpsestos. La literatura en Segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Jenkins, H. (2008), *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Ryan, M. L., Thon J. N. (2014), *Storyworlds Across Media. Towards a Media Conscious Narratology*. University of Nebraska Press.
- <http://www.thejourneyofdocumentary.com/>

II. Resúmenes de las ponencias

(Los textos completos de las ponencias se encuentran en el CD adjunto)

1. Movimientos sociales, memoria y comunicación

Presentación

Claudia Pilar García Corredor

Profesora del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. pigarcia@javeriana.edu.co

El grupo *Movimientos sociales, memoria y comunicación* de la XX Cátedra Unesco de Comunicación, presenta una serie de artículos con diferentes entradas a la comunicación, con enfoques multidisciplinarios y con la libertad de las apuestas conceptuales que siempre ha caracterizado la discusión en el marco de las diferentes Cátedras celebradas en la Pontificia Universidad Javeriana y que han aportado históricamente a la construcción del campo disciplinar; constituyéndose así, en un espacio para discutir las tendencias teóricas y los oficios de la comunicación. En esta versión, el objetivo es aportar al análisis sobre el lugar de la comunicación en el contexto del conflicto armado colombiano, así como en la socialización de iniciativas de comunicación en relación a los movimientos sociales y los procesos de reconstrucción social y configuración de memoria histórica.

Este estimulante abordaje empieza con el texto del comunicador Joaquín Gómez, *Cuenta la 13: relato de conflicto y construcción de ciudadanía*, donde se evidencia una experiencia de comunicación radial en la cual se busca reconstruir los relatos del conflicto armado en la Comuna 13 de Medellín. Resulta propicia esta práctica comunicativa para adelantar procesos de reconstrucción de lazos sociales, para entretener sentidos y promover formación de audiencias, ello no precisamente como consumidores de información sino como gestores de conocimiento colectivo. Esta preocupación por una comunicación que posibilite espacios para la construcción de sentido es también un propósito de Patricia Bustamante en su investigación *Caminar la palabra: cosmovisión y prácticas comunicativas como expresión colectiva de resistencia del pueblo indígena Nasa*, en

donde prevalece el respeto hacia las prácticas ancestrales de la oralidad, como expresión propia de una comunidad que promueve sus tradiciones comunitarias. La palabra es el elemento central para poner en evidencia el tejido de las interacciones humanas en el intento por conservar su propia voz y con ella sus arraigos ancestrales; el valor de esta investigación radica en ofrecer elementos de análisis para entender desde dónde se configuran los relatos indígenas del pueblo Nasa y cómo aportan en la autoafirmación cultural desde sus propios relatos.

La comunicación es esencialmente narración; por ende, el valor del relato ocupa la gran mayoría de los textos presentados en esta versión del grupo que nos convoca. Es así como *Documental social participativo, apropiación territorial en zonas de bordes urbanos - rurales*, de los investigadores Ángela Garcés y Leonardo Jiménez, analiza la importancia de los relatos en registro documental audiovisual, donde este sirve como soporte para promover la transformación social y el anclaje comunitario en los asentamientos humanos de los cordones habitacionales de las periferias de Medellín. La Corporación Ciudad Comuna interviene estos espacios valiéndose de una pedagogía participativa para la realización de los documentales que promueven la apropiación y fortalecimiento del tejido social, la movilización social y la construcción de memoria. El interés de este trabajo consiste en promover una comunicación comunitaria que visibiliza historias locales y experiencias colectivas.

En el mismo orden de ideas, algunas experiencias, que hacen uso de los medios alternativos de comunicación que promueven movimientos sociales, son sistematizadas por el psicólogo Christian Peñuela en *La autoformación en medios de comunicación: estrategias de organizaciones de medios y colectivos juveniles vinculados con movimientos sociales*, texto que retoma la metodología de la investigación acción participativa en tres casos de estudios de colectivos juveniles; así mismo, retoma el caso del periódico *El Turbión* en Bogotá, que tienen como bandera pedagógica arrancar procesos de autoformación para fortalecer movimientos sociales locales de su propio interés para construir comunitariamente la agenda y los contenidos mediáticos de los proyectos comunicativos que emprenden. *Juventud y acción política en Internet: el caso del movimiento estudiantil colombiano y colectivos artísticos que reivindican la memoria*, es el título elegido por los investigadores Mónica García y Edwin Gómez para presentar la investigación *Prácticas de participación política de jóvenes universitarios residentes en Bogotá y Manizales mediadas por las redes sociales virtuales*. En este, se resalta el lugar que ocupan los entornos virtuales como medios idóneos para los movimientos sociales de hoy, según se resalta en el tex-

to, entornos muy presentes en el proceso de configuración política como espacios constitutivos de la vida de los ciudadanos.

Desde una perspectiva más filosófica sobre el papel de la comunicación y las emisoras comunitarias como entornos para exaltar el lugar del ser humano en la configuración del actuar político, los autores Juan Carlos Pérez y Liliana Irizar, analizan las condiciones de una formación ciudadana a partir del ejercicio del humanismo cívico, entendido como un modelo que concibe al ser humano centro primordial de la política, en *Una mirada desde el humanismo cívico. El ejercicio de la ciudadanía en las emisoras comunitarias de Bogotá*. Puesto que las emisoras comunitarias se presentan como los entornos idóneos para la promoción cultural de los ciudadanos como actores responsables de la configuración de lo público.

La relación entre memoria y comunicación resulta fundamental para pensar el lugar de la comunicación en las experiencias comunitarias y en los movimientos sociales, así *Memoria y comunicación: escenarios estratégicos para encarar una eventual transición política y social*, de los comunicadores Leonardo Reyes y Pablo Gómez, analiza las dinámicas de olvido sistemático e histórico de nuestros pueblos e invita a entender que la comunicación es un escenario de agenciamiento social de la memoria para el fortalecimiento de las identidades diversas desde ecosistemas comunicacionales en el ejercicio político y ciudadano.

La memoria funciona, entonces, como categoría social que involucra actores en procesos de reconocimiento y consolidación de historias con sentido propio. Sobre el vínculo entre comunicación y memoria, enfatizando en la construcción de memoria histórica, Julio Benavides, investigador, escribe *Memoria, comunicación y comunicabilidad. Elementos para aportar a la reconciliación (futura) de una región*, donde retoma el problema social del feminicidio para analizar la tensión entre las relaciones del conflicto armado en el Magdalena Medio y la vida política de las mujeres de la región. La oportunidad para hacer comunicable la memoria, desde los relatos de mujeres en ejercicio del ámbito público que han sido víctimas del conflicto, pretende proyectar hacia el futuro, con total conciencia, el ocupar un presente que ha sido construido con las experiencias y narrativas de un pasado cargado simbólicamente y físicamente de dolor.

El abordaje teórico del comunicador Luis Fernando Rodríguez en *Las prácticas de comunicación como marco de acción colectiva y desarrollo de movimientos sociales*, es una importante dilucidación sobre el concepto de *marcos lógicos* para entender los movimientos sociales y la comunicación como procesos de enmarcamiento de acciones colectivas que promueven cambios sociales; dicho texto aborda estas problemáticas desde diferentes disciplinas: la sociología, la psicología y la filosofía. El concepto de

“marcos”, tanto componente de organización social como práctica para el reconocimiento social y de análisis de cómo se entrelaza el lugar de la comunicación como práctica narrativa que evidencia apropiaciones simbólicas en el proceso de constituirse el sentido social. Los aportes conceptuales y paradigmáticos ofrecen una síntesis que ilumina el alcance de las corrientes que dieron y dan sustento a esta concordancia de problemas.

Tres textos abordan el tema de la desaparición forzada en Colombia, que en el contexto de muchos años de conflicto armado de nuestra historia ha estado presente como forma de apaciguamiento y represalia por parte de actores armados en muchos casos con aquiescencia del Estado. El primero, *El concepto de huella en la configuración de la memoria a través de la fotografía*, de la investigadora Claudia Pilar García, da cuenta de los procesos comunicativos que se pueden propiciar a partir del uso de la fotografía como registro o huella configuradora de memoria e identidades de las víctimas en el contexto de la guerra colombiana. Se centra en la fotografía como componente de reconstrucción de historias memoriosas para recuperar a los seres perdidos y los lugares abandonados por el despojo a sangre y fuego del cual han sido víctimas; se trata de hacer memoria desde las imágenes de quienes ya no están, no solamente como un proceso catártico, sino más bien reparador y configurador de futuro a partir de reconocer el dolor de lo vivido desde otras miradas y ejercicios en un impulso representacional que hace realidad un *otro* ausente. Los otros dos son relatos literarios de impecable escritura que conjugan el dolor y la esperanza, la ausencia de los seres amados y la invocada presencia desde las palabras, *La palabra y el duelo*, del escritor Jorge Eliécer Pardo, exhorta a la “palabra” para restituir la voz de los desaparecidos políticos que desmembrados y picados sus cuerpos yacen en ríos y fosas comunes. La historia de la guerra en Colombia y sus prácticas de violencia humana, el duelo de la pérdida y el desalojo, es necesario transitarlos por la palabra que compone la memoria y conjura el olvido, desde relatos de personas comunes que comunican y con ello construyen la historia de los pueblos. En el mismo sentido, el tercer texto es del escritor Miguel Mendoza, *Fantasmas que no descansan: las memorias literarias de los desaparecidos*, exalta el poder de humanización que tiene el relato como un ingenio poderoso para aterrizar la historia de los hombres desde sus propias tragedias desagraviadas con la palabra para exorcizar el olvido. Se remite a la Tragedia griega para ilustrar episodios que hablan de la ausencia del cuerpo mancillado que se reclama como acto de honor. En nuestro contexto, ese reclamo es extendido a los años de búsqueda y de impunidad, cargados de impotencia que ha impedido obrar o al menos esclarecer el paradero de las víctimas.

El grupo *Movimientos sociales, memoria y comunicación* deja manifiesto el compromiso por fortalecer los estudios que involucren procesos y prácticas comunicativas que aporten en la comprensión de los problemas del país, en donde la comunicación tiene enormes responsabilidades de un “otro hacerse” responsable de la visibilización de los acontecimientos de manera densa y compleja.

Por ello, la continuidad de la reflexión requiere una presencia continua de la academia, donde dicha reflexión es esclarecedora de los procesos comunicacionales entrecruzados con los problemas sociales que aquí se plantean. Los textos presentados en este capítulo, a pesar de su riqueza y su indudable multiplicidad de estilos narrativos y de enfoques conceptuales, no representan probablemente toda la diversidad de experiencias que se están dando en relación a la comunicación, los movimientos sociales y la memoria, pero si son avances muy importantes que nos permiten demandar a futuro nuevas reflexiones.

Cuenta la 13: relato de conflicto y construcción de ciudadanía

Joaquín Alonso Gómez Meneses

Comunicador Social – Periodista. Especialista en planeación y gestión del desarrollo social. Doctorando en Comunicación.

joaquinomezmeneses@gmail.com

Resumen

Como parte de la investigación titulada “Medios ciudadanos y conflictos urbanos”, el presente trabajo ofrece elementos de análisis que coadyuven a la comprensión de una experiencia comunicativa surgida al interior de la Comuna 13 de Medellín y el conflicto armado que se vive en ella. El medio ciudadano en cuestión, debe asumirse como un espacio en el que se manifiesta la relación que actualmente tienen los individuos con la información de interés público y cómo ella se vuelve una herramienta para el ejercicio de la condición de ciudadanía en la actualidad.

Palabras clave: *medios ciudadanos, conflicto urbano, periodismo ciudadano.*

Abstract

As part of the investigation ‘Citizen media and urban conflicts’, this paper provides some elements of analysis about the experience of citizen media in the armed conflict in Comuna 13 of Medellín as a space that manifests the relationship between individuals and the information of public interest and how it becomes a tool for the exercise of citizenship status.

Keywords: *citizen media, urban conflict, citizen journalism*

Caminar la palabra: cosmovisión y prácticas comunicativas como expresión colectiva de resistencia del pueblo indígena Nasa

Patricia Bustamante Marín

Comunicadora Social – Periodista. Docente investigadora Universidad Sergio Arboleda y Universidad Santo Tomás. Candidata a Doctorado en Ciencias de la Comunicación – Pontificia Universitá Salesiana – Roma (Italia). bustamante.patricia@gmail.com

Resumen

Cuando se habla de procesos y prácticas comunicativas, se entienden como aquellas dinámicas que se presentan en la vida cotidiana de los Nasa y la manera como se va configurando una construcción de sentido comunitario, la cual, anclada en su cosmovisión, es una forma atávica de resistencia. Se indaga entonces, sobre una manera de ser y de estar en el mundo y, por tanto, un lugar de enunciación de los Nasa donde se sitúan y resisten, dando lugar –según la hipótesis sostenida en este trabajo- al “nosotros”. Por lo tanto, dicha resistencia es más que una acción política, y debe ser considerada como la esencia comunicativa y cultural que se expresa en una oralidad propia, encajada en una historia y tradición que el pueblo trata de mantener vivas y transmitirlas de generación en generación, dando así lugar a una re-existencia Nasa.

Palabras clave: *territorio, cosmovisión, resistencia.*

Abstract

When talking about communication processes and practices, we understand those dynamics that occur in everyday life of the “Nasa” people and how their sense of community is built with its construction rooted in its worldview, constituting an atavistic form of resistance. It explores a way of being and being in the world, and therefore, a place where the “Nasa” people resist and are located, and as a result - according to our hypothesis – express the concept of “we”. Such resistance is more than a political action – it is communicative and cultural essence expressed with its own orality, a history and tradition that people try to keep alive and transmit from generation to generation, which can result in the Re-existence of the “Nasa” people.

Keywords: *territory, worldview, resistance.*

Documental social participativo. Apropiación territorial en zonas de bordes urbanos – rurales. Caso Ciudad Comuna

Ángela Garcés Montoya

Universidad de Medellín. Grupo de Investigación Comunicación, organización y política. agarces@udem.edu.co / culturasjuveniles@gmail.com

Leonardo David Jiménez

Director Ciudad Comuna. leojiga@gmail.com

Resumen

El texto presenta avances de la investigación: *Prácticas de comunicación para la movilización y el cambio social: un diálogo con experiencias de colectivos de comunicación que operan en barrios periféricos de Medellín*. El objetivo del presente documento es pensar la noción de “bordes urbanos” teniendo en consideración la condiciones recientes de poblamiento en Medellín, así como la aparición de Los Asentamientos, los cuales a su vez emergen como lugares de conflicto urbano. La situación se agudiza con las actuales orientaciones de modernización e innovación de la ciudad, dando nacimiento a dos nociones de territorio: la primera de ellas, privilegia la lógica particular de saberes técnicos y racionales que consideran los bordes como formas de “ocupación informal e ilegal”; en segunda instancia, aquella otra que desde la vivencia de los pobladores y en condición de desplazados, comienzan a ocupar los bordes urbanos para lograr un “espacio vital” en la ciudad de Medellín.

Palabras clave: *documental social participativo, ciudad comuna, margen y borde urbano, jóvenes comunicadores comunitarios.*

Abstract

This paper presents progress on the research: *Communication practices for social mobilization and change: a dialogue with the experiences of collective communication operating in peripheral neighborhoods in Medellin*. In this article we will consider in a very special way the notion of “urban borders”, in view of the recent conditions of the population in Medellin, in which Settlements appear as urban conflict areas; a situation that has been exacerbated with the current directions of modernization and innovation in the city, where two different notions of territory clash. One, from the particular logic of technical and rational knowledge, considers borders to be forms of “illegal and informal occupation”; another, from the experience of the population in their condition as displaced people, starts occupying the urban borders aiming at achieving a “vital space” in the city of Medellin.

Keywords: *participative social documentary, communication for social change, urban borders, city comuna, young communitarian communicators.*

La autoinformación en medios de comunicación: estrategias de organizaciones de medios y colectivos juveniles vinculados con movimientos sociales

Christian Camilo Peñuela Gallo

Psicólogo con énfasis en Psicología Social e investigador en Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Javeriana. Comunicador independiente como miembro del consejo editorial del Periódico Digital El Turbión. penuelac03@gmail.com

Resumen

El presente artículo recoge ideas e iniciativas colectivas las cuales facilitaron emprender una investigación acción-participación de tipo activa (IAP-A). El estudio involucró la participación de tres colectivos juveniles de la ciudad de Bogotá, así como el equipo del Periódico El Turbión. Una de las propuestas emanadas de la pesquisa llevada a cabo fue la de reactivar y reconstruir la Escuela Permanente de Medios Alternativo (EPMA-Turbión), labor que fue asumida por el equipo del periódico en conjunto con el investigador principal. Uno de los aportes del presente documento radica en exponer una experiencia que permite aplicar unos insumos pedagógicos provisionales para pensar procesos de autoformación en medios de comunicación con jóvenes vinculados con movimientos sociales.

Palabras clave: *autoformación, colectivos juveniles, movimientos sociales.*

Abstract

This article compiles a set of ideas and collective initiatives which helped to undertake an action-participation research of the active type. The study involved the participation of three youth collectives from Bogota city and the team of the Turbion journal. One of the purposes of this research was the reconstruction and recovery of the permanent alternative media school of Turbion journal. This action was undertaken by the journal team and the main investigator. One of the contributions of the article is to present an experience which permitted the application of provisional educational /pedagogical inputs which allows us to think about self-education processes in the media with young people involved in different social movements in Colombia.

Keywords: *self-education, youth collectives, social movements.*

Juventud y acción política en Internet: el caso del movimiento estudiantil colombiano y colectivos artísticos que reivindican la memoria

Mónica Eliana García Gil

Trabajo presentado en la XX Cátedra Unesco de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, en el GT 1 Movimientos sociales, memoria y comunicación. monigarciagil@yahoo.com

Edwin Arcesio Gómez Serna

Licenciado en Filosofía y Letras, Universidad de Caldas; Magister en Educación y Desarrollo Humano, Universidad de Manizales-CINDE. edwingomez@usantotomas.edu.co

Resumen

Este texto tiene como referencia la investigación “Prácticas de participación política de jóvenes universitarios residentes en Bogotá y Manizales, mediadas por las redes sociales virtuales”, realizada por docentes de las universidades Santo Tomás (Bogotá) y de Manizales. A forma de resultado se derivan reflexiones y cuestionamientos en torno a las relaciones y tensiones existentes entre grupos y colectivos de jóvenes, y su presencia/acción en internet y en redes sociales virtuales como Facebook, las cuales van cobrando fuerza como escenarios para nuevas formas de acción, participación e interacción de carácter político, en tanto que permiten a diferentes actores sociales movilizarse, intercambiar ideas, opiniones y argumentos con respecto de las decisiones públicas e incidir en la configuración de las relaciones políticas entre las instituciones y la sociedad civil, a partir del entrelazamiento de las dimensiones narrativa, estética y simbólica, que dan forma a un actuar político.

Palabras clave: *acción política, redes sociales virtuales, movimiento estudiantil, colectivos artísticos de jóvenes.*

Abstract

This paper is in reference to the research “Political participation practices of university students from Bogotá and Manizales, mediated by virtual social networks” carried out by Universidad Santo Tomás and Universidad de Manizales teachers. The study allowed deep thinking to develop and questions about the relationships and tensions between youth groups, through their presence and actions on the Internet and virtual social networks like Facebook. The results show that these devices are gaining impetus as scenes for new forms of action, participation and political interaction. Thus, the different actors can be mobilized,

exchange ideas, views and arguments concerning public decisions, and have influence on shaping political relations between institutions and civil society, from the interweaving of narrative, aesthetics and symbolic dimensions, shaping political action.

Keywords: *political action, virtual social networks, student movement, youth artistic groups.*

Una mirada desde el humanismo cívico. El ejercicio de la ciudadanía en las emisoras comunitarias de Bogotá

Juan Carlos Pérez Bernal

Ms. En Comunicación. Docente investigador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Sergio Arboleda. Autor del libro “Ser ciudadano en la radio”. jprezbernal@gmail.com

Liliana Beatriz Irizar

Doctora en Filosofía. Docente investigadora de la Escuela de Filosofía de la Universidad Sergio Arboleda. Autora del libro “Humanismo cívico, una invitación a repensar la democracia”. liliana.irizar@gmail.com

Resumen

El objetivo de la presentación es elevar reflexiones y propuestas que, enmarcadas en la perspectiva filosófica del humanismo cívico, conciben y asumen al ser humano como el sujeto radical de la política. Un recorrido por las experiencias vividas en la joven radio comunitaria de Bogotá, lleva a plantear que sin ese ejercicio práctico, el ciudadano de carne y hueso no hubiera dejado de ser un simple espectador para devenir en constructor de su propia vida política, con lo cual, no se habrían producido sendos fenómenos sociales que hoy permiten registrar el derecho a la comunicación en las grandes ciudades del país. Así mismo, se plantea la necesidad de defender un modelo de radio pública que, piense, por encima de todo, en su compromiso con la divulgación y promoción de las identidades y diversidades culturales que habitan este país llamado Colombia.

Palabras clave: *humanismo cívico, política, radio y ciudadanía*

Abstract

There are some reflections and proposals from a philosophical perspective of civic humanism, which assume the human being as a radical subject of politics. A step taken with the life experiences of youth community radio of Bogotá, leads us to believe that without this practical exercise, which enables citizens of flesh and bone to stop being simple

spectators, and to start building their own political lives, perhaps there could not have been the social phenomena that today allows the right of the communication for the biggest cities of the country. In the same way, we try to propose the need to defend the model of public radio which can think, above all, of its commitment, disclosure and promotion of the identities and cultural diversities that people can find here in Colombia.

Keywords: *civic humanism, politics, radio, citizenship*

Memoria y comunicación: escenarios estratégicos para encarar una eventual transición política y social

Freddy Leonardo Reyes Albarracín

Candidato a doctor en Ciencias Sociales del Instituto de Desarrollo Económico y Social (IDES) de Buenos Aires, Argentina. Magíster en Literatura de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia. fredyreyes@usantotomas.edu.co

Pablo Felipe Gómez-Montañez

Candidato a doctor en Antropología Social de la Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia y Magíster en Antropología Social de la misma institución. pablogomez@usantotomas.edu.co

Resumen

La ponencia reflexiona sobre cinco posibilidades investigativas que se configuran en la relación entre *memoria y comunicación*, dado que son categorías analíticas y sociales a través de las cuales se cimientan las identidades colectivas. Sin desconocer la importancia que *memoria y comunicación* tienen para un país inmerso en complejas dinámicas de amnesia colectiva, el documento también llama la atención respecto a definir otros objetos de estudio no necesariamente ligados a las narrativas del dolor que subyacen a las múltiples y yuxtapuestas violencias que emergen de la confrontación armada. De este modo, se invita a contemplar otras manifestaciones y experiencias narrativas que sustentan lo social, especialmente en un horizonte de paz, posibilitando pensar en líneas de trabajo que marquen distancia y diferencia respecto a lo que abordan otros centros y grupos de investigación en Colombia, los cuales también estudian el tema de la memoria.

Palabras claves: *memoria, narración, identidades colectivas, tradición, comunicación.*

Abstract

The paper reflects on five exploratory possibilities that are configured in the relationship between memory and communication, as they are analytical and social categories on which collective identities are grounded. Without ignoring the importance memory and communication have for a country immersed in complex dynamics of collective amnesia, the paper also draws attention to define other objects of study are not necessarily linked to narratives of pain underlying the multiple and overlapping oppressions that are emerging from armed conflict. Thus, it invites us to contemplate other events and experiences that support the societal narratives, especially with peace on the horizon, and thinking it possible to mark lines of distance and difference from that which other research centers and groups in Colombia address, we also study the issue of memory.

Keywords: *memory, narrative, collective identities, traditions, communication.*

Memoria, comunicación y comunicabilidad. Elementos para aportar a la reconciliación (futura) de una región

Julio Eduardo Benavides

Facultad de comunicación y Artes Audiovisuales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Programa de Comunicación Social.
jbenavides@unab.edu.co

Resumen

El presente documento está fundamentado en la definición que desde los aportes de la comunicación, se pueden hacer al desarrollo de un proyecto con perspectiva de memoria histórica. Se trata de un acercamiento comunicativo en el que confluye la idea de construir memoria desde el relato de las víctimas de la violencia armada en el contexto de su actuación política, no obstante, realizar dicho procedimiento teniendo en consideración una doble textualidad, la de la oralidad plasmada en un relato escrito, y aquella de la narrativa audiovisual como medio para narrar la vivencia de las mujeres líderes. El proyecto El proyecto ha sido presentado por la Universidad Industrial de Santander y la Universidad Autónoma de Bucaramanga, en el marco de la convocatoria de Colciencias, denominada *Proyectos de investigación en perspectiva de memoria histórica*. Si bien es cierto, lo central de esta ponencia se define por lo que se explica en el GT 1, hay así mismo elementos propios de las narrativas que también son centrales, si se las entiende como *un todo de significación, un acto de lenguaje con sentido que comporta su propia organización*. El proyecto,

titulado *Feminicidio de mujeres con liderazgo social y político en el Magdalena Medio durante el período 1998 – 2004*, tiene como objetivo central, el reconstruir la memoria histórica en torno al significado del feminicidio como límite a la participación en la vida política y a la organización social de las mujeres de la región del Magdalena Medio, en el contexto del conflicto armado colombiano.

Palabras clave: *memoria, comunicación, mujeres organizadas, Magdalena Medio.*

Abstract

This is the abstract of a paper that shows one communicative approach to the design of a project where historical memory is key to its development. In this communicative approach memory has a first stage where it appears as a construct of the victim's history. The second stage is the political context. With both stages, oral and written stories become an audiovisual story, where a person lives (says and sees), as a woman and as a leader of her community. With these elements, this paper is focusing on the elements of the narrative(s), if we understand the narrative(s) as a *whole meaning*, like an act of language with a meaning that creates its own organization. The project is named *Feminization of women with social and political leadership in the Magdalena Medio during 1998-2004* and it has as its object the reconstruction of the memory of women leaders and focuses on the development of the research, on feminization as a limitation on women's political participation and on the community organization of the women in the Magdalena Medio region, with all of this in the context of the Colombian armed conflict. This project has been entered into competition for grant number 627 of Colciencias: Research projects in historical memory approach.

Keywords: *historical memory, communication, women grassroots organization, Magdalena Medio.*

El concepto de huella en la configuración de la memoria a través de la fotografía

Claudia Pilar García Corredor

Profesora de la Carrera de Comunicación Social y de la Maestría en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá. Magister en Comunicación y Comunicadora social de pregrado.

pigarcia@javeriana.edu.co

Resumen

El presente texto busca reflexionar sobre la fotografía y su carácter referencial e, igualmente, su papel en cuanto configurador de experiencias. Lo anterior, con el fin de ir más allá del reconocimiento instrumental que simplemente lo asume como fotogramas o acaso instantáneas de la vida de alguien que remiten a un momento, para dar paso, y ampliar el reconocimiento de la fotografía como huella, así como a una práctica que remite a una secuencia de sensaciones y experiencias que poco tienen que ver con un instante único y, más bien, refieren una historia compleja, que a su vez, es la historia que configura a las personas mientras tejen fotograma a fotograma, el sentido de la vida.

Abstract

This text seeks to think about photography and its referential character and configurative experiences to go beyond a few frames or snapshots of someone's life that recall a moment, and to extend recognition to the photography as a trace, a practice that refers to a sequence of feelings and experiences that have little to do with a single instant and, rather, refer to a complex history which in turn is the story that shapes the person while weaving, frame by frame, the meaning of life.

Las prácticas de comunicación como marco de acción colectiva y desarrollo de movimientos sociales

Luis Fernando Rodríguez Bobórquez

Profesor e Investigador. Cinemateca Distrital. vertov15@hotmail.com

Resumen

La historia social, política y económica del mundo contemporáneo remite a una idea altamente problematizadora y de amplia resonancia en distintos sectores de las ciencias sociales: la desarticulación y contradicción política al interior de espacios de configuración pública, donde presumiblemente tienen cita la producción de discursos incluyentes y acciones de transformación, tanto de escenarios colectivos como de sujetos con identidades propias, distintas pluralidades y voces.

Abstract

The social, political and economic history of the modern world leads us to a fairly broad idea and problem with resonance in different sectors of the social sciences: the dismantling and political contradiction in public spaces and settings, where, presumably, the production of discourse and

actions of transformation take place, along with groups of subjects and scenarios with their own identities, different pluralities and voices.

La palabra y el duelo

Jorge Eliécer Pardo

Líbano, Tolima, Colombia, 1950. Escritor, periodista, director y productor de documentales sobre arte y literatura para la televisión pública colombiana. Profesor universitario y conferencista.
jorgeeliecerpardoescritor@gmail.com.

Resumen

Con el símil de la desmembración de la historia nacional y, desde los fragmentos de un cuerpo con varias identidades, la literatura participa en el acoplamiento de la memoria desperdigada. Es la literatura la que acompaña a las víctimas. La palabra nombra y hace renacer los hechos perdidos en la maraña de la impunidad. La palabra restituye la voz a los desaparecidos, el nombre y la vida recuperada para el ritual del duelo. Las manifestaciones culturales de las comunidades que logran desde la palabra el duelo, se acercan más al perdón sin olvido. El arte aleja a las víctimas de la venganza y las hace proclives al perdón. Desde la palabra se evoca al ser perdido y lo hace más tangible al inasible sentimiento del sin nombre, sin rostro ni rastro.

Palabras clave: *literatura, memoria, historia, víctima, conflicto armado.*

Abstract

With the simile of the collapse of national history, and from the fragments of a body with multiple identities, literature participates in the reunification of scattered memory and it is literature which accompanies the victims. The written word names and revives events lost in the tangle of impunity. The word restores the missing voices, names and lives for the ritual of mourning. The cultural manifestations of communities can gain closure to their grief to achieve forgiveness without forgetting. Art can create distance between victims and revenge and makes forgiveness possible. The written word evokes that which is lost and makes our elusive feeling of the nameless and faceless more tangible.

Keywords: *literature, memory, history, victim.*

Fantasmas que no descansan: las memorias literarias de los desaparecidos

Miguel Mendoza Luna

Profesor y escritor. Catedrático de los departamentos de Comunicación y Literatura de la Universidad Javeriana. Investigador en el campo de la sicología criminal y de la semiótica de la cultura. ellroy73@yahoo.com

Resumen

Algunos textos literarios reclaman la necesidad del encuentro —simbólico o físico— de los cuerpos de los desaparecidos. Mediante diversas estrategias poéticas, alegóricas, argumentales, etc., muchos autores locales representan la manera en que los espectros, los fantasmas, los cadáveres de los desaparecidos, intentan retornar. Dichas representaciones parecieran reclamar la necesidad poética de la recuperación de los muertos y la necesidad de la certeza de su destino, como condiciones necesarias para que la historia, la conciencia colectiva y el sueño del futuro, puedan proseguir sin el acoso de las pesadillas.

Palabras clave: *desaparecidos, literatura, representación.*

Abstract

Some literary texts demand the need to find —symbolically or physically—, the bodies of the disappeared. Through different strategies (poetic, allegoric, of argument, etc.), many local authors represent the way in which spirits, ghosts, the corpses of the dead try to come back. These representations seem to claim the poetic need for the recovery of the dead and the necessity for certainty about their destiny as a necessary condition for history, the collective conscience, the dream of the future, to keep existing without the harassment of nightmares.

Keywords: *missing, literature, representation.*

2. Narrativas, medios, conflicto y paz

Presentación

Mirla Villadiego Prins

Profesora del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana. mvilla@javeriana.edu.co

Con el sugestivo nombre de “Narrativas, medios, conflicto y paz”, la XX Cátedra UNESCO de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, logró integrar un grupo de trece investigadores que, entre el 6 y el 8 de noviembre de 2013, analizaron y discutieron cómo los medios de comunicación masivos narraban el conflicto a la vez que generaban oportunidades para la construcción de la paz en Colombia.

Las ponencias procedentes de distintos rincones del país expresan el conocimiento que, sobre los conflictos, han producido grupos de investigación pertenecientes a la Pontificia Universidad Javeriana, de Bogotá; la Universidad de Antioquia; la Universidad Pontificia Bolivariana, de Bucaramanga; la Universidad Santo Tomás, de Bogotá; la Universidad EAFIT, de Medellín; la Universidad Sergio Arboleda, de Santa Marta y la Universidad de Medellín.

En el encuentro, se presentaron once ponencias que sintetizan los resultados de investigaciones llevadas a cabo recientemente por sus autores en calidad de docentes investigadores, pero también en calidad de estudiantes que, en un ejercicio de investigación formativa, buscaron dar cuenta en sus trabajos de grado sobre el conflicto, sus manifestaciones y sus consecuencias en la sociedad colombiana.

Los objetos de observación de estas ponencias fueron la caricatura, la publicidad y la propaganda, la fotografía, las noticias y crónicas de los periódicos, las portadas de las revistas, el cine de ficción y el cine documental, dando cuenta con ello de los múltiples canales desde los cuales se da especial visibilidad

a la diversidad y la complejidad de la cual están hechos los conflictos que históricamente han atravesado al país.

Desde esta perspectiva, el concepto de conflicto adquiere una definición plural que abarca desde lo que comúnmente se ha denominado como el conflicto político militar, el cual aqueja a este país desde hace más de sesenta años y que enfrenta a los grupos subversivos con el aparato militar del estado, pasando por el conflicto que desde los años ochenta enfrentó a los narcotraficantes y paramilitares con el aparato judicial, con un sector de la clase política, así como con importantes sectores de la sociedad y finalmente, terminando con el conflicto social que pone en evidencia la suma de las contradicciones que han generado sobre la sociedad y el estado colombiano, los dos primeros conflictos.

Resulta interesante que estas investigaciones no se quedan solo en la observación y el registro de tendencias respecto a las actuaciones de los medios de comunicación masivos frente a los diferentes conflictos, sino que, de manera abierta, hay una toma de partido de los investigadores que juzga dichas actuaciones en función del perjuicio que los medios de comunicación ocasionan al contribuir a la prolongación del conflicto o de las acciones que emprenden para favorecer la construcción de la paz.

En la perspectiva de los perjuicios que ocasionan los medios de comunicación, en el grupo de trabajo se presentaron varios estudios. Uno de ellos expuso el caso de la gestión mediática de la guerra, producida al fracasar los diálogos de paz del gobierno colombiano con la guerrilla de FARC, en 1998. Al respecto, lo que muestra el análisis es que los medios de comunicación hicieron eco a un discurso de guerra, promovido por el gobierno desde el 2002, a través de la difusión masiva e intensiva de piezas publicitarias que mostraban triunfadores a los integrantes de las Fuerzas Militares, pues los representaban como héroes y salvadores de la patria, pero olvidando que en la guerra también hay que visibilizar el “dolor de las víctimas y la responsabilidad y la sevicia de los victimarios”.

La otra omisión grave de los medios es analizada en un estudio que examina la invisibilización de cómo los niños, niñas y adolescentes han sido vinculados a los conflictos, así como las consecuencias que esto tiene para el futuro de la sociedad. En este sentido, los medios de comunicación han sido incapaces de posicionar el problema dentro de sus agendas y por consiguiente de sensibilizar y movilizar a la sociedad hacia una posible solución.

No obstante, la responsabilidad de los medios de comunicación en la prolongación de la guerra y en la difícil construcción de la paz, no se reduce solo al problema de incluir o excluir ciertos temas dentro de las agendas informativas, sino también tiene que ver con el tipo de lengua-

jes y enfoques que utilizan; como bien lo muestra otro de los estudios presentados en este grupo de trabajo, en el que se denuncia un enfoque y un uso del lenguaje que es eufemístico frente a los conflictos porque “no llama a las cosas por su nombre, porque en las informaciones no se identifican a los actores, las acciones y los escenarios del conflicto en su totalidad, lo que hace que el conflicto sea opaco en su dilucidación discursiva”, impidiendo con ello que se pueda resolver y que debamos conformarnos con que se busque que “todo cambie, para que todo siga igual”.

No obstante, desde otro estudio presentado en el grupo de trabajo, esa opacidad del conflicto, no debe ser vista por consecuencia solo de un uso eufemístico del lenguaje, sino que hay que entenderla más bien como una operación de ocultamiento por consecuencia de la abundancia de información sobre los conflictos que padece el país, escondiendo así “las dinámicas diversas del orden político y las lógicas sociales de América Latina”.

Para otro de los estudios expuestos en el grupo, las actuaciones erráticas de los medios de comunicación frente a los conflictos van más allá de la opacidad y del ocultamiento que se reseñaban en los dos anteriores estudios, y se relacionan más bien con la confusión que generan ante la opinión pública cuando representan actores que, aunque resultan involucrados en el conflicto, como es el caso de los campesinos, no han asumido un rol beligerante dentro del mismo.

De ahí que en dicho estudio se ponga en evidencia que al hacer un seguimiento al tipo de representación fotográfica que dos periódicos hacen de los campesinos, se encuentre que uno de esos periódicos “lo enfoca como víctima, lo reduce a las políticas asistencialistas por parte del Estado, lo despersonaliza y omite su trasfondo histórico”; mientras que el otro, lo enfoca más desde una perspectiva histórica y cultural donde el campesino es un actor que realiza acciones políticas para que se le reconozca como sujeto con derechos.

El papel de los medios de comunicación en la búsqueda de la resolución de los conflictos y la construcción de la paz, también es examinado en una perspectiva intertextual de otro de los estudios presentados dentro de este grupo de trabajo, en donde la propaganda estatal que invita a la desmovilización guerrillera también busca sacar del imaginario de la sociedad otro discurso propagandístico que construyó la guerrilla, respecto a la legitimidad de las demandas sociales frente al estado, a través de las movilizaciones y las luchas sociales.

En este sentido, lo que muestra el estudio es que esa operación se lleva a cabo con la destrucción de la imagen del guerrillero como héroe, como un actor que encarna la lucha por la construcción de una sociedad

más justa, para poner en su lugar otra en la que se muestra a un guerrillero que reniega de su pasado y de las luchas políticas y sociales en las que participó.

Desde este punto de vista, quedan bloqueadas, según lo muestra otro estudio presentado en grupo de trabajo, no solo las ideas sobre la “guerra justa”, que en su momento se promovieron en la producción de documentales para ser difundidos dentro y fuera del país, tales como *Riochiquito* y *Guerrillera*, sino también la participación social en la construcción de una sociedad justa, democrática y en paz.

Como resultado de ese bloqueo, se examinó también dentro del grupo de trabajo el caso de los “falsos positivos”, a través de un estudio que mostró la pasividad de la opinión pública y su indiferencia frente a un tema que terminó sacudiendo la legitimidad de un gobierno que, ansioso de mostrar los resultados positivos de la operación de las Fuerzas Militares, no vaciló en publicar cifras sobre bajas en combate, que en realidad encubrían las muertes a consecuencia del abuso de autoridad.

La otra perspectiva, desde la cual se examinó el papel de los medios de comunicación en el desarrollo del conflicto y la construcción de oportunidades para la paz, tiene un tinte menos escéptico y juzga de manera positiva la actuación de los medios. A esta, uno de los estudios valoró positivamente el cubrimiento que los medios de comunicación hicieron al caso de los “falsos positivos”, porque lograron construir una crítica permanente a través de la caricatura, sobre las Fuerzas Militares, como actor protagonista del conflicto político armado.

En esa misma línea, uno de los estudios presentados al grupo de trabajo examinó positivamente la función catártica que cumple el cine sobre la ciudad de Medellín durante las décadas de los ochenta y noventa del siglo pasado, cuando estuvo agobiada por la secuela del narcotráfico, pues aunque “el cine no erradique el conflicto del tráfico de drogas, la violencia urbana, el sicariato, la delincuencia, la pobreza y la prostitución, logra cuestionar la cultura desde adentro, a través de un lenguaje social al cual acceden los ciudadanos en aras de traducir sus reflexiones en actos”.

Finalmente, otro de los estudios también realizó una valoración positiva de la actuación de los medios de comunicación como canales de difusión de crónicas periodísticas que rescatan la voz y el sentir de las víctimas de las masacres perpetradas por paramilitares en alianzas con el aparato militar del Estado. De acuerdo con lo anterior, los medios de comunicación contribuyen a la construcción de una memoria histórica sobre el conflicto.

Con respecto a los diseños metodológicos, el panorama resultó tan variado como el de los objetos de investigación abordados o los enfoques conceptuales desarrollados. En este sentido, las técnicas de recolección y análisis que los ponentes mencionaron van desde el análisis de contenido, análisis del relato, análisis estructural y análisis iconológico, hasta análisis semánticos y pragmáticos del lenguaje.

Por último, el balance del trabajo que hizo el grupo de “Narrativas, medios, conflicto y paz” en el marco de la XX Cátedra UNESCO de Comunicación es altamente positivo si se tiene en cuenta que logró articular un debate que pone otra vez sobre la mesa un tema que es crucial para el futuro de Colombia, como lo es la actuación de los medios de comunicación frente al conflicto y las posibilidades de aportar para la construcción de la paz.

El campesino en la fotografía de prensa en Colombia

Sindy Bibiana Tabares Yarcé

Estudiante de periodismo- Universidad de Antioquia, Grupo de investigación Medio Ambiente y Sociedad -MASO-, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia.

sindy.tabares@gmail.com

Resumen

Este texto expone algunas de las nociones sobre el campesinado que fueron representadas en las imágenes fotográficas que utilizaron dos periódicos, *El Colombiano* y *El Espectador*, cuando este grupo poblacional fue fotografiado en temas relativos al conflicto armado entre 2007 y 2011. Se evidencia que los medios de comunicación estudiados encuadraron o asignaron ciertas características, causas y consecuencias sobre quién es, qué hace y cuál es el papel del campesino, las cuales, en su mayoría, fueron construcciones derivadas de hecho noticiosos relativos al tema de estudio, aunado a sendas temáticas económicas. Así mismo, en términos generales, en las dos fuentes consultadas prima la noción política del campesino como actor del conflicto armado, que se hace más visible cuando participa en hechos violentos. Pese a esto, cada medio de comunicación caracteriza de forma diferente al campesino dentro de este contexto.

Palabras clave: *fotografía, campesinos, medios de comunicación.*

Abstract

This presentation shows some notions of peasant workers that were represented in two Colombian newspapers –*El Colombiano* and *El Espectador*–

when they appeared in pictures related to the armed conflict in Colombia between 2007 and 2011. From the media study is possible to conclude that those newspapers frame the information or give attributes, causes or consequences about who peasants are, what they do and which is their role in society is; and most of this information is given through news about armed conflict and economic issues. Additionally, in both the sources studied, a political notion of peasants as actors in the conflict is frequently found; most of the cases centred on violent news. Despite that, each communication media has its own way of characterizing peasants.

Keywords: *photography, peasants, communications media.*

Crítica de la gestión mediática de la guerra y el heroísmo patrio bélico

Darío Reynaldo Muñoz Onofre

Psicólogo y Magister en Estudios Culturales, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Investigador y docente en la Facultad de Psicología de la misma universidad. darmuz@yahoo.com

Resumen

En este documento se analizan los medios de comunicación como industrias de opinión y propaganda bélica. Igualmente, reconoce su papel en la promoción de la guerra total en el año 2002 en Colombia y la terminación anticipada de los diálogos que buscaban acuerdos de paz entre el gobierno nacional y las FARC entre 1998 y 2002. Así mismo, se pone en evidencia la relación de mutua constitución entre discursos mediáticos y opinión pública favorable a la guerra, en el contexto de la proliferación de afectos nacionalistas alrededor del heroísmo bélico. Finalmente, se llama la atención sobre la actual coyuntura electoral y el riesgo que conllevaría un nuevo triunfo de la apuesta bélica y se abandonen los esfuerzos por la terminación de la guerra y la búsqueda de la paz.

Palabras clave: *propaganda bélica, nacionalismo, industrias de opinión.*

Abstract

This paper analyzes the media as industries of opinion and propaganda war, and recognizes its role in promoting the war in 2002 in Colombia, and the early termination of the talks seeking peace agreements between the national government and the FARC between 1998 and 2002. It highlights the relationship of mutual constitution between media discourse and public opinion in favor of war, in the context of the proliferation of nationalist feelings about the heroism of war. It also draws attention to the current electoral process and the risk of war

triumphing again and abandoning efforts to the end of the war and the search for peace.

Keywords: *propaganda war, nationalism, industry opinion.*

Las Fuerzas Militares representadas en las caricaturas. El caso de los "falsos positivos"

Elizabeth Aristizábal Gómez

Periodista de la Universidad de Antioquia y joven investigadora del grupo de investigación de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, "Comunicación, periodismo y sociedad".

earistizabal@gmail.com

Resumen

La siguiente presentación mostrará cómo las Fuerzas Militares Colombianas fueron caracterizadas en tres medios de comunicación del país a través de las caricaturas publicadas durante el segundo periodo presidencial de Álvaro Uribe Vélez (2006-2010). El tema objeto de estudio fue el relativo a las ejecuciones extrajudiciales, más conocidos como "falsos positivos".

Palabras clave: *caricatura política, medios de comunicación y falsos positivos.*

Abstract

The following presentation will show how the Colombian armed forces were characterized in three Colombian newspapers through the cartoons published during Álvaro Uribe Velez's second term (2006-2010) and which were related to extrajudicial executions, better known as 'falsos positivos'.

Keywords: *political cartoon, media and false positives.*

De semánticas y formas de saber del conflicto y postconflicto en Colombia

Luis Fernando Marín Ardila

Profesor de la Pontificia Universidad Javeriana, Filósofo y Maestría en Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Colombia. luisfdomarin@hotmail.com

Resumen

Las palabras, los discursos y las imágenes del conflicto en Colombia no se generan para explicarlo, para entenderlo sino que forman parte del mismo para perpetuarlo. No tendría que causar asombro si los relatos y

palabras del postconflicto cayeran en la misma lógica, es decir, si no se constituyeran en discursos de paz sino por el contrario en relatos opacos, distorsionadores y manipulados. Es por ello que habría que hacer una profilaxis y distinguir distintas formas o tipos de fuentes del saber sobre el conflicto y distintas formas de la verdad del mismo. Con esto se haría factible estructurar una conversación nacional más clara de lo que significa el tránsito del conflicto al postconflicto.

Palabras clave: *conflicto, postconflicto, formas de saber, tipos de verdades.*

Abstract

The words, speeches and images of the conflict in Colombia are not generated to explain it, to understand it, but are part of perpetuating it. It should not cause surprise if the stories and words of post-conflict fell into the same logic, namely that it is constituted of discourses for peace, but which are rather opaque, distorting and manipulating stories. That is why we should create a filter and distinguish different forms or types of sources of knowledge about conflict and its forms of truth. With this it would be feasible to structure a clearer picture of what it means to move from conflict to postconflict in a national conversation.

Keywords: *conflict, postconflict, forms of knowledge, types of truths.*

Las fórmulas narrativas de la publicidad y la propaganda política en programa de desmovilización guerrillera del gobierno del ex presidente Álvaro Uribe Vélez

Mirla Villadiego Prins

Comunicadora Social – Periodista de la Universidad Externado de Colombia y Magister en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. mvilla@javeriana.edu.co

Resumen

Esta ponencia tiene como propósito examinar algunos ejemplos de la narración propagandística que respaldó el proceso de desmovilización guerrillera, promovido por la Política de Defensa y Seguridad Democrática del ex presidente Álvaro Uribe Vélez, entre 2002 y 2010. Dicho examen pretende trascender el trabajo descriptivo, analizando el sentido de dicha narración frente al futuro de la guerrilla y al actual proceso de negociación entre el gobierno y las FARC- EP en Cuba.

Palabras clave: *narrativas, mitos revolucionarios, publicidad, propaganda, desmovilización.*

Abstract

This paper aims to review some examples of the propaganda narrative which accompanied the guerrilla's demobilization process, promoted by the "Política de Defensa y Seguridad Democrática" of former President Alvaro Uribe Vélez between 2002 and 2010. This review aims to transcend the descriptive work, analyzing the meaning of this narrative in the guerrilla's future and the ongoing negotiation process between the government and the FARC-EP in Cuba .

Keywords: *narratives, revolutionary myths, advertising, propaganda, demobilization.*

Realidad y conflicto: Medellín en el cine de 1990 a 2012

Yennifer Uribe Alzáte

Comunicadora en lenguajes audiovisuales y estudiante de cuarto semestre de la Maestría en Comunicación de la Universidad de Medellín.

yenniferuribealzate@gmail.com

Resumen

El cine sobre Medellín es un archivo ciudadano que se consolida como fuente de reflexión irrefutable para el estudio de la ciudad, al ser, más que un constructo visual y sonoro, un documento social que logra acercarse a conflictos y ambientes urbanos que la han caracterizado, los cuales, así mismo, influyen en el comportamiento de sus habitantes. Las películas analizadas en este estudio narran una Medellín de finales de los años 80 y mediados de los 90 marcada por la secuela del narcotráfico, las cuales igualmente registran las respectivas consecuencias que dicho fenómeno generó en los habitantes de la ciudad. Ahora bien, aunque no narran directamente la vida de Pablo Escobar, revelan su mediación en la convivencia, en el reconocimiento del otro, en las prácticas y rutinas, en las representaciones de lo legal y lo prohibido que se han incorporado al sentido común y que la sociedad actual carga como un legado negativo.

Palabras clave: *cine, conflicto urbano, Medellín.*

Abstract

Cinema about Medellín is a regional archive that has been consolidated as an unquestionable source of reflection for the city; it is more than a visual and resonant concept, it is a social document that manages to approach the conflicts and urban environments that has characterized Medellín and, in some way, influences the behavior of its citizens. The movies analyzed in this study narrate a Medellín of the late 80's to mid-90's marked by drug trafficking; they set the stage for the consequences

that this phenomenon generated among the citizens of the city. Although they don't narrate directly Pablo Escobar's life, they reveal his mediation in coexistence, in the recognition of the other person, practices and routines, examples of the legal and the prohibited, everything that has become incorporated into the consciousness of the city and has become a negative legacy for Medellín society.

Keywords: *cinema, urban conflict, Medellín.*

Identidad, propaganda e historia en *Riochiquito* y *Guerrillera*, dos documentales sobre la guerrilla más vieja del mundo: las FARC en Colombia

Juan Gonzalo Betancur B.

Magíster en Estudios Humanísticos. Profesor Departamento de Humanidades, Universidad EAFIT (Medellín). Miembro del grupo de investigación en Política y Lenguaje de EAFIT. jbetan38@eafit.edu.co

Resumen

La ponencia reflexiona sobre los documentales *Riochiquito* (1965) y *Guerrillera* (2006) elaborados por productores y realizadores europeos sobre las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). El análisis se realiza desde tres ejes: en primera medida la dimensión identitaria, que tiene que ver con la imagen como elemento generador de identidad, auto-reconocimiento y pertenencia a un grupo; en segunda instancia, la dimensión propagandística, que apela a un uso instrumental de los documentales a favor de la difusión de las ideas de este grupo rebelde; finalmente, la dimensión histórica como tercer elemento, que convierte estos productos audiovisuales en documentos históricos por su capacidad de reflejar momentos específicos tanto de la vida de esa guerrilla como de la República de Colombia misma. Se concluye que, en ambos documentales, las tres dimensiones tienen como sustrato el concepto de "guerra justa", invocado por las FARC para su alzamiento armado contra el Estado, pero también como factor de justificación para su permanencia durante casi medio siglo hasta la actualidad.

Palabras clave: *identidad, propaganda, historia.*

Abstract

The report reflects on the documentaries *Riochiquito* (1965) and *Guerrillera* (2006) made by European producers and directors about the Revolutionary Armed Forces of Colombia (FARC). The analysis is done from three axes: its identity dimension, dealing with image as generating elements of identity, self-recognition and belonging to a group;

the propagandist dimension, which appeals to an instrumental use of documentaries favoring the spreading of ideas of this rebel group; and the historical dimension turning these audiovisual products in historical documents with their sole capacity of reflecting specific moments of so much of the life of this insurgent movement as of that of the very Republic of Colombia. In both documentaries, these three dimensions have as a background the concept of a “just war”, invoked by the FARC for their armed uprising against the State, but also as a justifying factor for their permanence for almost half a century until the present.

Keywords: *identity, propaganda, history.*

Crónicas sobre masacres y desarraigo

Leonardo Herrera Delghams

Magister en Comunicación. Profesor de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Sergio Arboleda, seccional Santa Marta, y miembro del Grupo de investigación Comunicación y Sociedad. leoher69@hotmail.com

Resumen

La investigación *Crónicas sobre masacres y desarraigo* representa una propuesta del periodismo narrativo al proceso de construcción de la memoria histórica del conflicto en la Región Caribe colombiana. Reconstruye, en siete crónicas, siete masacres que permiten el registro de la memoria colectiva a través de los testimonios de los sobrevivientes que dan cuenta de las características esenciales de los diversos hechos de violencia perpetrados por paramilitares. La investigación se centra en los departamentos del Cesar, La Guajira, Atlántico, Sucre, Córdoba, Bolívar y Magdalena. Los hechos violentos se seleccionaron con base en tres elementos: primeramente, los clasificados dentro de la categoría de masacres; en segunda medida, aquellos que están presentes en la memoria de los pobladores sin importar la fecha de la ejecución y, en tercera instancia, aquellas comunidades afectadas que se niegan a desaparecer y que han iniciado procesos de retorno y lucha para conservar su identidad.

Palabras clave: *conflicto armado, memoria histórica, crónica.*

Abstract

‘Crónicas sobre masacres y desarraigo’ is a storytelling project and investigation about the war conflict in the Colombian Caribbean region. In seven chronicles the author revisits seven slaughters committed by the Colombian paramilitaries groups. Through the survivors testimonies, the articles show key points about the paramilitary side of the colombian

internal conflict. The investigation focused on the atrocities committed by Colombian paramilitaries groups in Cesar, La Guajira, Atlántico, Sucre, Córdoba, Bolívar and Magdalena, all of these being departments of the Colombian Caribbean region. The most violent events were selected bearing in mind three conditions: the events are classified as atrocities, they are remembered by the villagers regardless of the date of the paramilitary executions, and the locals have returned to their towns and are struggling to maintain their identity.

Keywords: *war conflict, historical memory, chronicle.*

Análisis de contenido del cubrimiento periodístico de los "falsos positivos" en *El Espectador* entre el 15 de septiembre y el 15 de diciembre de 2008

Biviana Marcela Acevedo Olarte

Periodista de la Universidad de Antioquia. Docente de español como lengua extranjera. maceve2@gmail.com

Resumen

Este estudio analiza la forma como fue construida la información publicada en el diario *El Espectador* sobre el tema de los "falsos positivos", escándalo que alcanzó uno de sus puntos más críticos cuando el presidente Álvaro Uribe admitió públicamente la responsabilidad de la fuerza pública de las ejecuciones extrajudiciales en el 2008. En los resultados de la investigación se caracteriza el procedimiento por medio del cual se mostró el tema, teniendo en cuenta el uso específico de géneros, fuentes, términos, ubicación y contenido de las imágenes que acompañaron las piezas informativas.

Palabras clave: *análisis de contenido, falsos positivos, derechos humanos, El Espectador, Álvaro Uribe Vélez.*

Abstract

This study analyzes how information published on the journal *El Espectador* about *false positives* was built, with this scandal reaching one of the most critical points when ex-president Alvaro Uribe admitted that the national army was guilty of extrajudicial executions in 2008. The way this topic was revealed, taking into account the uses of specific genres, sources, concepts, location and content on the images that accompanied the articles, are characterized in this study.

Keywords: *content analysis, human rights, false positives, El Espectador journal, Álvaro Uribe Vélez.*

Lo que encubre la violencia: conflicto social, político y discursos mediáticos

Sandra Liliana Osses Rivera

Doctora en Ciencias Políticas con Orientación en Ciencias de la Comunicación de la UNAM. ossesrivera@yahoo.com.mx

María Teresa Suárez González

Candidata a doctora en Lenguaje y Cultura, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Miembro del Grupo de Investigación Comunicación Paz-Conflicto. mariateresasuaresgonzalez@gmail.com

Resumen

En el marco del proyecto de investigación “Conflicto social, orden político y discursos mediáticos en América Latina”, se presentan los primeros hallazgos frente a las formas en que se presenta el conflicto en la región, particularmente, comparando los discursos mediáticos producidos en el periódico *El Espectador* y *La Jornada*, de Colombia y México respectivamente, durante el año 2010. Se parte de la siguiente premisa: es posible identificar, reconocer y comparar las diversas formas de presentación del conflicto para analizar y comprender los costos humanos de los conflictos que emergen en los países latinoamericanos, a partir de la sistematización de los discursos mediáticos construidos por los medios masivos de comunicación.

Palabras clave: *conflicto, violencia y medios de comunicación, violencia y discursos mediático, violencia en México y Colombia.*

Abstract

The paper offers the main results achieved in the first phase of the project: “Social Conflict, political and media discourses in Latin America” The research goal was to make an analysis of media discourses about the conflict published in *El Espectador* of Colombia and *La Jornada* of México during 2010 to recognize the human cost of violence in these countries, as an input to understanding the complex phenomenon of conflict on the continent. First, it presents a brief description of the main conceptual points of reference, then presents a brief description of methodology, and later, the main results and conclusions of the comparative analysis.

Keywords: *conflict, violence and media violence and media discourses, violence in México and Colombia.*

Narrativización mediática del conflicto armado. El caso de la Operación Jaque

Ginna Mercedes Becerra Gómez

Magister en Comunicación Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, Licenciada en Español y Literatura de la Universidad Tecnológica de Pereira. ginnita78@hotmail.com

Julián Andrés Burgos Suárez

Magister en Comunicación Educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira, Comunicador Social con énfasis en Comunicación Educativa de la Universidad Javeriana. julian.burgos@ucp.edu.co

Resumen

Las formas en que desde diferentes medios de comunicación se narraron los acontecimientos del 2 de julio de 2008, conocidos como la Operación Jaque, determinaron la manera en que la opinión pública colombiana entendió, para dicho momento, el fin de las FARC y por consiguiente, el final del conflicto armado. Se descubre que la idea del fin del conflicto surgida en dicho momento, es el resultado de una estrategia narrativa que hace posible entender que desde la Operación Jaque, la correlación de fuerzas en el conflicto armado cambió: porque de un relato centrado en las víctimas, se pasó a un relato centrado en los héroes. Así, el enfoque de la narrativización de acontecimientos se convierte en una propuesta de análisis de los modos en que las diferentes narrativas mediáticas elaboran el sentido de lo real y la memoria de lo pasado (Erll, 2012).

Palabras clave: *narrativas mediáticas, narrativización, representación de la realidad, memoria, conflicto armado.*

Abstract

The different forms that mass communication which narrated the events of July 2 of 2008, known as “la Operación Jaque”, determined how public Colombian opinion understood, from that moment on, the end of the FARC and the subsequent end to the armed conflict. This episode of the country’s recent history is approached as a case that allows the responsibility and role of mass communication in the construction of representations of reality that we share and register in the memory of events that are socially considered meaningful to be made evident, like the events that are related with the internal conflict in Colombia. In this way, the idea about the conflict ending at that moment is discovered. It is the result of a narrative strategy that makes it possible to understand that, since “la Operación Jaque”, the correlation of powers in the armed con-

flict changed, because a tale focused on victims, was ultimately changed to a tale focused on heroes. In this way, the focus on the narration of events becomes a proposal for the analysis of the ways in which different mass media stories develop a sense of reality and a memory of the past.

Based on the final results of the research of the mass media presentation of “la Operación Jaque” and the construction of the end of conflict. Presented for Master Degree in Educational communication from Universidad Tecnológica de Pereira, July 2013. In this moment the final results of the research presented delve in to the methodology because in the past Cátedra Unesco presented the partial results that belong just to the first analysis category.

Keywords: *mass media narratives, narrativity, representation of the reality, memory, armed conflict.*

3. Experiencias de comunicación, conflicto y paz

Presentación

Janneth Arley Palacios Ch.

Profesora del Departamento de Comunicación. Universidad Javeriana janneth.palacios@javeriana.edu.co

El grupo de trabajo sobre “Experiencias de comunicación, conflicto y paz”, tuvo como propósito crear un espacio para conocer, compartir y reflexionar sobre experiencias y aproximaciones prácticas sobre el papel y la relación de la comunicación (en tanto negociación y mediación) en escenarios de conflicto y construcción de paz en los ámbitos local, nacional, regional o global. Este objetivo nos motivó a incluir dentro del grupo de trabajo, experiencias de comunicación que, además de aportar a construir paz, también propendieran por la reconstrucción del tejido social; más aún, cuando en nuestro contexto predominan modelos de desarrollo basados en la exclusión que no han sabido dar respuesta a situaciones de injusticia, pobreza y marginalidad, y que se han quedado rezagados en la creación de oportunidades de desarrollo dignas en materia de salud, educación y trabajo, que es desde donde parten las verdaderas iniciativas de paz.

Por ello, la apuesta por la paz desde la comunicación debe llevar a pensar cuál es el país que queremos y, con ello, proponer alternativas de desarrollo que propendan por una mayor inclusión social, económica, cultural y política; situación que además nos obliga a repensar el actual sistema de educación, de salud y de desarrollo económico y sus ineficiencias, pero también sus probables aciertos y, con ello, a cuestionar la creciente corrupción que permea la mayoría de las instituciones públicas del país, la cuales cada vez nos llenan de mayor escepticismo y desconfianza. Esto dado que la paz comienza con la consolidación de un sistema transparente, justo y coherente con las necesidades sociales, creando oportunidades

que potencien las capacidades humanas desde la educación, la cultura, la ciencia y la tecnología, como también desde la creación de espacios de participación ciudadana y construcción colectiva para que sean las personas quienes propongan, planteen y lideren sus propios proyectos, porque además la participación y el debate social son procesos no solamente necesarios sino imperativos en cualquier sistema que se llame democrático.

Desde estas perspectivas, hablar de experiencias de comunicación en escenarios de conflicto nos conduce a reafirmar el papel que cumple la comunicación para el cambio social como proceso de diálogo y participación ciudadana, de creación y de fortalecimiento de acciones que propendan por reducir las brechas de desigualdad, indiferencia, discriminación y exclusión. Por ello, las experiencias acá incluidas, además de darle visibilidad a las estrategias empleadas en diferentes contextos sociales, pretenden inspirar el trabajo de otras personas y comunidades, dado que la comunicación como proceso de mediación y cambio ha contribuido a encontrar nuevas formas de acción, salir de la indiferencia social y contrarrestar la exclusión a la que las comunidades se ven sometidas por el uso y abuso de su condición en los medios tradicionales.

Por esta razón, el presente capítulo pretende mostrar algunos de los aportes para el tema, presentados por los ponentes en el marco de la XX Cátedra Unesco. Algunas de estas experiencias emplean las historias de vida donde son las personas las protagonistas de sus propios relatos y en las que la realidad se cuenta desde sus propias vivencias. Es el caso de “Comunicadores populares con sus saberes de vida para dar vida”, que presenta a través de diferentes relatos, la experiencia de cuatro comunicadores que han trabajado en procesos y proyectos participativos sociales y comunitarios, evidenciando la enorme responsabilidad del comunicador al momento de dar a conocer la vida, la realidad y la precariedad de miles de personas que viven en la exclusión y la marginalidad. Siguiendo con experiencias narradas desde los propios protagonistas y evidenciando, además, su capacidad de acción y transformación, está “Narrar el barrio para disminuir las balas, una apuesta por la convivencia. Programa de televisión Arriba mi Barrio”, iniciativa que surgió en 1991 y mostró que a través de un programa de televisión se logró un cambio significativo en procesos de convivencia en las comunas de Medellín, transformando entre otras cosas el concepto de “territorios impenetrables”. Esta experiencia dio protagonismo a los actores sociales de las comunas, visibilizó procesos en la búsqueda de mejores condiciones de vida y posibilitó la construcción de alternativas para la resolución de conflictos con la participación de la comunidad, las instituciones de gobierno, organizaciones sociales e instituciones educativas, entre otras. Además, propuso otra

forma de narrar la vida: en directo y a través de sus propios personajes, lo cual no solo descubrió realidades desconocidas para la ciudad y el país, sino que permitió mostrar el conflicto desde otro punto de vista, propiciar procesos de participación ciudadana y aumentar el sentido de pertenencia y orgullo de la comunidad paisa.

Las radios comunitarias son otras de las propuestas desde la comunicación como mecanismo para llegar a las comunidades, propiciar el diálogo y construir paz. Las radios comunitarias son por definición espacios que ofrecen a la comunidad la posibilidad de reflexión y expresión de su realidad social, cultural, política y económica; informan, forman y fortalecen la cultura y la identidad, promueven el debate y el consenso. Sin embargo, la investigación realizada sobre “Radios Comunitarias de Bolívar: entre el conflicto y la Paz”, demostró que no todas las emisoras bajo la característica “comunitarias” trabajan sobre los mismos principios. El trabajo evidenció que el papel de las radios comunitarias en el Departamento de Bolívar, uno de los territorios colombianos que ha sido más afectado por la violencia, el narcotráfico, guerrilla y paramilitarismo, entre otras situaciones sociales, no es el dar amplia participación ciudadana. La experiencia constató que en la mayoría de estas radios, la construcción de contenidos y programación no es decisión de la comunidad sino que proviene de los directores y del personal que opera en la emisora; la mayoría de las audiencias tienen un papel pasivo y existen pocos proyectos de movilización social. Así mismo, se destacó que hay una marcada ausencia de programas que involucren grupos étnicos o minorías. Esta situación hace explícita, entonces, la preocupación respecto al uso y apropiación de estos espacios comunitarios que deberían responder a las necesidades de formación, construcción colectiva y participación de la población en la que se instauran.

En contraste con la situación de las emisoras comunitarias, las redes sociales muestran su potencial como herramientas de construcción de opinión y movilización ciudadana. El trabajo “Ley Lleras 2.0: una historia contra el derecho a la comunicación que aún no termina”, rescata el potencial de la participación ciudadana para movilizar a la sociedad y llamar la atención sobre legislación en relación con el acceso, uso y circulación de la información en Colombia, así como las implicaciones que tendría dicha normativa en el marco de los tratados de libre comercio. Esta experiencia, desarrollada por colectivos sociales, ONG y ciudadanía en general, fue impulsada a través de redes sociales, logrando hacer prevalecer su posición crítica y, finalmente, el carácter ineqüible de dicha ley. Con este trabajo, se hizo evidente que la Internet y, con esta, las plataformas de comunicación de doble y múltiple vía proponen hoy

un reto importante para la comunicación en escenarios de paz, que es: ¿cómo aprovechar estos recursos para crear contenidos que posibiliten la construcción de una verdadera y sólida opinión pública y permitan la movilización en torno a situaciones, problemáticas o necesidades sociales?, en otras palabras, democratizar la comunicación para dar participación real y efectiva a la sociedad. La experiencia aquí esbozada es un claro ejemplo de este ejercicio.

Haciendo uso de las bondades que brindan las diferentes herramientas de comunicación e información, se presenta “CONÉCTATE, una propuesta de inclusión social para fortalecer las capacidades comunicativas de niños, niñas y adolescentes en zonas de conflicto armado”, iniciativa desarrollada en una de las regiones más azotadas por el desplazamiento que produce la violencia, la escasa presencia del Estado y, en general, la desigualdad social. Esta propuesta nació en el 2011, buscando darle participación a la población infantil y adolescente a través de procesos de comunicación participativa y aumentar la sensibilidad social acerca de las problemáticas que vive Tumaco. La propuesta se desarrolló a través de talleres de formación multimedia para un mayor uso y apropiación de las TIC y promoviendo el manejo de piezas audiovisuales, radiofónicas, multimediales o impresas para que niños, niñas y jóvenes puedan narrar su realidad a partir del uso de estas herramientas.

Adicionalmente, trabajos que proponen el análisis y reforzamiento de estrategias de comunicación para aumentar el empoderamiento, el diálogo y la inclusión, son: “Nariño, territorio de comunicación intercultural para la paz”, propuesta que planteó el diseño de una estrategia de comunicación que propende por reducir el conflicto y preparar al territorio para la paz en uno de los departamentos que más ha sufrido los vejámenes de la guerra, el olvido de las instituciones de gobierno y el abuso de la exploración y explotación del recurso minero. También está: “Comunicación institucional para el desarrollo sostenible: casos Parque Tayrona y Paisaje Cultural Cafetero”, trabajo que compara y aporta evidencias de cómo las decisiones sobre el uso y explotación del Parque Tayrona son tomadas a expensas de la población que lo habita, generando desplazamiento y tensiones por el territorio, mientras que las que corresponden con el Paisaje Cultural Cafetero, demuestran que al vincular a las familias cafeteras dentro de la propuesta no solo se protege la tradición y la cultura alrededor del café, sino que disminuyen la tensión respecto al uso y explotación de los recursos.

“Mediaciones para la Acción Social: una propuesta de investigación – acción para la resolución del conflicto social”, plantea una metodología de investigación medicación acción, desarrollada desde el aula con estu-

diantes de comunicación social que pretende propiciar en los estudiantes la sensibilidad sobre el conflicto en la sociedad colombiana demostrando que la investigación es un camino de mediación y acción posible desde la comunicación.

Si bien la mayoría de las propuestas se enfocan en la necesidad del fortalecimiento de lo público a partir de procesos de comunicación, dos propuestas presentadas responden directamente a este llamado: “Una apuesta colectiva hacia la construcción de políticas públicas de Comunicación. Caso Movimiento de Comunicación Comunitaria y Ciudadana 20 de abril – Huila”, en la que a partir de pensar sobre qué comunicación permitiría incidir en lo público y en la construcción de un tejido social fuerte en el Huila, surge la propuesta de articular comunicación y cultura, liderada por el Movimiento de Comunicación Comunitaria y Ciudadana “20 de abril”. Por su parte, “Juegos de rol hipermedia y fortalecimiento de lo público”, nació de la pregunta ‘¿qué capacidades y habilidades deben ser potenciadas para que el ciudadano participe en procesos de entendimiento colectivo’, para ello, propone el desarrollo de competencias ciudadanas y comunicativas con el apoyo de entornos digitales donde se represente el conflicto y problemáticas sociales propias de la vida cotidiana mostrando que estas no son situaciones exclusivas de población en situación de marginalidad o de pobreza. Con todo esto, se busca promover, desde la acción comunicativa, procesos de participación y reconocimiento del otro, convivencia, tolerancia y pluralidad.

Sobre las diferentes propuestas expuestas en el grupo y las reflexiones que se dieron durante la jornada, se vislumbran algunos retos para la comunicación, así:

Ampliar el conocimiento de las experiencias en comunicación que demuestren impactos positivos en procesos de transformación social en Colombia y en el mundo. Si bien se reconoce que en los últimos años las experiencias de comunicación como procesos para generar cambios trascendentales en la sociedad han venido en aumento, se hace necesario darles mayor visibilidad y difusión de tal manera que puedan inspirar el trabajo en otros contextos.

Aumentar el nivel de empoderamiento y apropiación de la comunidad respecto a sus propios proyectos de comunicación. Esto significa aumentar el liderazgo de las comunidades, fortalecer su capacidad creativa para proponer e impulsar iniciativas de comunicación para el cambio que no solamente propicien procesos de paz, sino que contribuyan a mejorar sus condiciones de vida, y un mejor aprovechamiento de oportunidades políticas, sociales, culturales y económicas, y de esta manera lograr una

sociedad con mayores capacidades políticas, propositivas y de movilización social para actuar en su propia realidad.

Fortalecimiento de lo público a través de comunicación participativa y comunicación para el cambio. En ese sentido la labor del comunicador deberá ser demostrada, entre otras, por su capacidad para involucrar a diferentes personas y sectores de la sociedad en procesos de cambio. La participación y movilización ciudadana frente a situaciones de injusticia, corrupción, abuso de poder, violación de los derechos humanos y acciones en contra de los recursos que ponen en riesgo la vida, son procesos que se desprenden de fortalecer el papel del ciudadano, aumentar el conocimiento de sus derechos pero también de sus responsabilidades como actor político y social.

Promover el uso y apropiación de las tecnologías de información y comunicación como movilizadores de debate, consensos y construcción de opinión pública. Las diferentes experiencias planteadas en la mesa muestran cómo las redes sociales y las herramientas de comunicación digital, no solo facilitan la difusión rápida de mensajes, sino que se convierten en mecanismos de participación ciudadana con amplia cobertura, dinámicas y plurales.

En este capítulo se comparten los resúmenes español e inglés de las experiencias y estudios presentados por investigadores, profesores y activistas y, en el CD adjunto, se incluyen los textos completos de las ponencias. Esperamos que las ideas expuestas por sus autores, sirvan para promover nuevas reflexiones y aporten a la creación de escenarios que posibiliten la comunicación y la paz.

Nariño, territorio de comunicación intercultural para la paz

Omar Gerardo Martínez Roa

Comunicador social-periodista, Magister en estudios de la cultura, Lider del grupo de investigación FISURA, docente asistente de la Escuela de ciencias sociales, artes y humanidades de la UNAD sede Pasto.

mar.martinez@unad.edu.co

Resumen

El presente trabajo es un avance de la primera fase del proyecto *Diseño de una estrategia de información y comunicación para la construcción de paz en Nariño*. Se trabajó con una metodología mixta que combinó técnicas cualitativas como entrevistas en profundidad y talleres participativos y, la encuesta, como técnica cuantitativa. Los resultados iniciales se agruparon en 8 categorías, pero a partir de la conceptualización de las nociones de *territorio, cultura y comunicación* se definieron 4 líneas de acción de la estrategia comunicativa.

Por último, se concluye que los procesos de información y comunicación en Nariño: 1) invisibilizan y excluyen a la sociedad civil y a las víctimas; 2) el discurso hegemónico sobre el conflicto armado presenta contradicciones y limitaciones; y 3) la dispersión de experiencias culturales y de comunicación han limitado la consolidación de un proyecto político que permita la consolidación del departamento como territorio cultural de paz.

Palabras clave: *comunicación, territorio, conflictos.*

Abstract

This work is a preview of the project *Design of an information and communication strategy for building peace in Nariño* first phase. This study used a mixed methodology that combined qualitative techniques such as in-depth interviews and participatory workshops and survey as a quantitative technique. The initial results were joined together into 8 categories. After the conceptualization of the territory, culture and communication notions, 4 action lines of strategic communication were defined. It concludes that the information and communication processes in Nariño: 1) Make civil society and victims invisible and excluded, 2) The hegemonic discourse on the armed conflict involves some contradictions and limitations, and 3) The dispersion of cultural and communication experiences have limited the consolidation of a cultural territory for a peaceful political project.

Keywords: *communication, territory, conflicts.*

Mediaciones para la Acción Social: una propuesta de investigación – acción para la resolución del conflicto social

Diana Esperanza Oliveros Fortiche

Antropóloga. Máster en Estudios Culturales de la Universidad Nacional de Colombia y en Investigación Etnográfica, Teoría antropológica y Relaciones Interculturales de la Universidad Autónoma de Barcelona. doliveros@ucentral.edu.co

Resumen

El documento que a continuación se presenta tiene como objetivo central el dar cuenta de la experiencia de aula con estudiantes de la asignatura de Mediaciones para la Acción Social, adscritos a la carrera de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Central. En el espacio de aula fue elaborada la metodología denominada Investigación Mediación Acción –IMA–, ello en un espacio de cinco años. Así bien, la metodología IMA tiene el propósito de generar acciones de cambio en el medio social, además de sensibilizar al estudiante sobre las realidades del

conflicto vividas en la sociedad colombiana. Esta metodología es mixta y emplea técnicas adaptadas a la situación problemática abordada, demostrando que la investigación es un camino de mediación y acción posible desde el hacer del comunicador.

Palabras clave: *IMA, mediación, investigación, comunicación, conflicto, acción social.*

Abstract

In this paper the methodology of Mediation Action Research –IMA– is presented, drawn from the experience in the classroom with students of Social Communication and a course in Mediation for Social Action of the Central University over five years. The IMA methodology generates actions for change in the social environment, as well as sensitizing the students to the realities of the conflict experienced in Colombian society. This methodology mixed and adapted techniques used to address the problem situation, demonstrating that research is a way of mediation and possible action the formation of communicators.

Keywords: *IMA, mediation, investigation, communication, conflict, social action.*

Comunicadores populares con sus saberes de vida para dar vida

Andrés Enrique Cifuentes Andrade

Magíster en Comunicación. Docente de la Escuela de Artes y Letras de Bogotá. Dirige la línea a de investigación arte, diseño y comunicación de esa misma institución. andresecifuentes@gmail.com

Resumen

La presente investigación busca reconstruir el oficio del comunicador inserto en procesos y proyectos participativos sociales o comunitarios, a través de la metodología de historias de vida, matizado por las experiencias de comunicación que reflejen el conflicto y la paz. Los comunicadores seleccionados son personas que trabajan con las comunidades por vocación, quienes muestran su experiencia y especial sensibilidad social, desde y en su campo de acción. De esa manera, se abordó y se conversó con cuatro comunicadores: Néstor Cárdenas, Soraya Bayuelo, Alma Montoya y Jorge Uribe.

Palabras clave: *comunicación popular, comunicación para el cambio social, historias de vida, usos, saberes, radio comunitaria.*

Abstract

This paper/document seeks to reconstruct the profession of communicator and the processes embedded in social and community participation projects, through the “life stories” methodology, illustrated with communication experiences that reflect conflict and peace. The selected communicators are people who, by choice, work with communities, showing special expertise and social awareness in their fields of action. The four communicators that were interviewed are Nestor Cardenas, Soraya Bayuelo, Alma Montoya and Jorge Uribe.

Keywords: *popular communication, communication for social change, life histories, habits, knowledge, community radio.*

Una apuesta colectiva hacia la construcción de políticas públicas de comunicación. Caso Movimiento de Comunicación Comunitaria y Ciudadana 20 de abril – Huila

Yamile Jobanna Peña Poveda

Comunicadora Social y Periodista, Profesora Universidad Surcolombiana. yamile.pena@usco.edu.co

Jacqueline García Páez

Comunicadora Social y Periodista, Profesora Universidad Surcolombiana. garcia.jacky@gmail.com

Carlos Ernesto Gómez

Representante Legal ACAS. carlosegomezs@gmail.com

David Felipe Bernal Romero

Sociólogo. encuentro20deabril@gmail.com

Resumen

¿Cómo esperar un tejido social fuerte, frente a la compleja guerra de ejércitos ilegales contra el Estado de Derecho, y la brecha social y cultural que ha ensanchado el orden económico de la globalización? Frente a tal interrogante es igualmente legítimo y pertinente cuestionar: ¿qué tipo y modelo de comunicación necesita el Huila para incidir en lo público y pensar alternativas posibles de vida colectiva justa, equitativa y democrática? Así mismo, ¿qué políticas de comunicación y cultura construir desde la base, sector de la comunicación ciudadana y comunitaria que logren incidir en los asuntos públicos? Estas preguntas condujeron en 2009 a crear la estrategia de articulación en comunicación y cultura llamada ‘Encuentro 20 de abril’, promovida por organizaciones socia-

les y académicos que asumieron la comunicación y el desarrollo de sus estrategias, como uno de los pilares en donde es posible construir participación ciudadana. La iniciativa se erige como espacio de articulación, análisis y discusión de los distintos temas que cobijan e involucran lo público, buscando el aumento de la confianza, de la asociatividad, la ayuda mutua y la cooperación. Animados en el espíritu de concretar y fortalecer la experiencia, así como pasar del discurso a la práctica, el Encuentro 20 de abril trascendió a Movimiento de Comunicación Comunitaria y Ciudadana del Huila.

Palabras clave: *comunicación, democracia, ciudadanía, política y lo público.*

Abstract

How can you expect a strong social fabric, with the complex war against illegal armies against the rule of law, and the social and cultural gap that has widened the economic order of globalization? What does Huila communication needs to influence the public and believe that collective life has possible alternatives which are just, equitable and democratic? What fundamental policies of communication and culture will build a communication sector and community citizens who can achieve influence in public affairs? These questions led in 2009 to the creation of a joint strategy in communication and culture 'Meeting April 20', promoted by social and communication scholars, assumed as one of the pillars of citizen participation, to analyze, discuss and articulate the different issues and involve the public. In 2011 to move from talk to action, April 20 Movement Gathering transcended Citizen Media Project and Huila.

Keywords: *communication, democracy, citizenship and public policy.*

La iniciativa CONÉCTATE, una propuesta de inclusión social para fortalecer las capacidades comunicativas de niños, niñas y adolescentes en zonas de conflicto armado

Roberto Sepúlveda

Magíster en Comunicación, de la Pontificia Universidad Javeriana, y comunicador social-periodista. Docente de las facultades de Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana y la Universidad Sergio Arboleda. r.sepulveda@javeriana.edu.co

Resumen

Con la apropiación, el uso y la producción de contenidos multimedia, además de la circulación en distintas plataformas convencionales y digi-

tales y el manejo de los medios masivos de comunicación y los medios sociales, se busca que los niños, las niñas y los adolescentes se empoderen como ciudadanos y construyan sus propios contenidos comunicativos. Se busca que éstos generen un diálogo social entorno a los derechos de este grupo poblacional para así ponerlos en la agenda pública de los medios y la ciudadanía, buscando tanto la garantía como el respeto que les son debidos. Esta ponencia surge de la experiencia que se está desarrollando con la entidad holandesa Free Press Unlimited y la Fundación Cree-Ser en Tumaco, Nariño; Buenaventura, Valle del Cauca, y algunas localidades del suroriente de Bogotá; la cual tiene como objetivo potenciar las capacidades comunicativas de los niños, las niñas y los adolescentes, para promover sus derechos como ciudadanos y prevenir su vinculación al conflicto armado.

Palabras clave: *conflicto armado, capacidades comunicativas, contenidos multimedia, medios de comunicación, medios sociales y digitales, niños.*

Abstract

Endorsing use and multimedia content production, circulation in different conventional and digital platforms and the management of mass media and social media, provides boys, girls and teenagers enough empowerment as citizens to build their own communicative content, which are intended to generate social dialogue about their rights, and place them on the public agenda of the media and the public, in order to guarantee their observance. This paper relates the experience that is being developed with ABN Free Press Unlimited and “Cree-Ser” Foundation in Tumaco, Nariño; Buenaventura, Valle del Cauca, and other places in southeastern Bogota; which aims to enhance the communication skills of children, girls and teenagers, to promote their rights as citizens, and prevent their links with armed conflict.

Keywords: *armed conflict, communication skills, multimedia, mass media, digital and social media, Children Rights.*

Juegos de rol hipermedia y fortalecimiento de lo público

Sonia Vélora Guzmán

Profesora Comunicación Multimedia, Facultad de Comunicación Social para la Paz y Asesora Ambientes Virtuales de Aprendizaje, Universidad Santo Tomás. soniavelosa@usantotomas.edu.co

Resumen

La ponencia recoge el avance de la investigación *Juegos de rol hipermedia, competencias ciudadanas y habilidades comunicativas*, así como la mirada que

desde la *Comunicación Multimedia* ha realizado la autora durante los últimos siete años sobre el tema de los Movimientos y Actores Sociales en algunos trabajos dirigidos en el marco del módulo II, semestre IV de la Facultad de Comunicación Social para la Paz, de la Universidad Santo Tomás. Dentro de las principales conclusiones, el trabajo revelará los planteamientos de cómo se pueden desarrollar competencias ciudadanas y comunicativas a través de entornos digitales hipermedia que emulan conflictos en la ciudad, lo cual será demostrado a través de tres experiencias modulares tituladas: *Entre Nubes, Reto Río y Basura Cero*.

Palabras clave: *juego de rol, hipermedia, conflictos de ciudad, competencias ciudadanas.*

Abstract

The paper includes the promotion of Games hypermedia research role, citizenship skills and communication skills, as well as the study I've done over the last seven years on the subject of Movements and Social Actors in some modular work from the Multimedia Communication, directed under module II, semester IV of the Faculty of Social Communication for Peace, University of Santo Tomas. The work reveals the approaches of how to develop citizenship and communication skills through hypermedia digital environments that emulate conflicts in the city and are demonstrated through three modular experiences titled: Among the Clouds, River Challenge, and Zero Trash Challenge.

Keywords: *role play, hypermedia, city conflict, citizenship skills.*

Narrar el barrio para disminuir las balas, una apuesta por la convivencia. Programa de televisión *Arriba mi Barrio*

Elva Mónica García Bustamante

Doctoranda en Comunicación en la Universidad Nacional de La Plata, Magister en Comunicación Educativa (UTP) y en Comunicación Televisiva (UPB). monica.garcia@ucp.edu.co

Resumen

Este texto procura hacer un análisis de los aportes dados a los procesos de convivencia ciudadana en la ciudad de Medellín a través del programa para televisión *Arriba mi barrio*, transmitido por Teleantioquia, el cual puede considerarse como estrategia de comunicación masiva del gobierno en cooperación con el tercer sector y la academia. Igualmente, señalar que desde sus contenidos, el programa pretendió generar un cambio en la identidad e imágenes de los sectores de la ciudad, aunado al hecho que contribuyó a transformar la idea de existencia de territorios

impenetrables. Así mismo, legitimó a los actores sociales de la comuna, al darles rostro y nombre a las acciones de los habitantes en pro de mejores condiciones de vida, para de igual manera, propiciar relaciones de confianza para que la institucionalidad gestionara el cese al fuego por parte de actores armados. Finalmente, y de igual importancia a lo señalado anteriormente, robusteció las bases para que los jóvenes hallaran en el ejercicio de la corresponsabilidad social, alternativas a la resolución de sus conflictos.

Palabras clave: Arriba mi barrio, *convivencia ciudadana, violencia urbana*.

Abstract

This text aims to analyze the contributions given to the process of peaceful co-existence in the city of Medellin, through the television program Arriba mi barrio, transmitted by Teleantioquia. Mass communication as a strategy by the government in cooperation with civil society and the academy, aims to generate a change in the identity and image of the sectors of the city. It helped to transform the idea of the existence of restricted territory. It legitimized the population, giving a face and name to the actions of people, aiming towards a better life. Trusting relationships led to institutions managing a cease-fire with armed groups. It also supported young people to find themselves taking social responsibility, as an alternative to the resolution of their conflicts.

Keywords: Arriba mi barrio, *citizen co-existence, urban violence*.

Comunicación institucional para el desarrollo sostenible: casos Parque Tayrona y Paisaje Cultural Cafetero

Allison Díaz

Estudiantes de Comunicación Social – Periodismo, integrantes del Semillero de Investigación en Comunicación Institucional y Efectos Mediáticos (CIEM) de la Universidad Católica de Pereira.

diaz.allison06@gmail.com

Orlando Rodríguez

Master en Global Political Economy, Universidad de Kassel (Alemania).

Docente de la Facultad de Ciencias Sociales, Humanas y de la Educación de la Universidad Católica de Pereira. orlando.rodriguez@msn.com

David Castro

Estudiante de noveno semestre de Comunicación Social – Periodismo, Universidad Católica de Pereira, integrante del Semillero de Investi-

gación en Comunicación Institucional y Efectos Mediáticos (CIEM).
castrolotero@gmail.com

Aura Correa

Estudiante de noveno semestre de Comunicación Social - Periodismo, Universidad Católica de Pereira, integrante del Semillero de Investigación en Comunicación Institucional y Efectos Mediáticos.
auritacor@hotmail.com

Resumen

La comunicación institucional es deficiente en las organizaciones colombianas si lo que se busca es cumplir con el Séptimo Objetivo del Milenio; esta hipótesis es el punto de partida para la presente ponencia. El proyecto de investigación aborda la amenaza en el Parque Nacional Natural Tayrona y el Paisaje Cultural Cafetero, debido a la intervención del hombre sobre las instituciones culturales y la reserva natural. El proyecto de investigación indaga ¿De qué manera la estrategia de comunicación institucional en las organizaciones formales e informales, responsables de administrar los recursos naturales y culturales, aporta al cumplimiento del Séptimo Objetivo del Milenio: “garantizar el sustento del medio ambiente”, y así mismo, fungen como método de prevención de tensiones por el territorio? Dentro de las conclusiones a las que ha podido llegar, se observa que al aplicar un método comparativo, existe mayor probabilidad de presentarse tensiones por el territorio en el caso del Parque Tayrona, lo cual tendría como explicación que la comunicación institucional es más deficiente que en el caso del Paisaje Cultural Cafetero, al no respetar la cosmovisión de los habitantes nativos.

Palabras clave: *comunicación institucional, Paisaje Cultural Cafetero, Parque Nacional Nacional Tayrona, UNESCO.*

Abstract

Institutional communication is lacking in Colombian organizations, in order to achieve the Seventh Millenium Development Goal. This hypothesis is the starting point of this paper. The research analyzes the risk from human intervention in cultural institutions and natural reserves at the Tayrona Natural National Park and the Coffee Cultural Landscape. The research asks: To what extent does institutional communication strategy applied by formal and informal organizations, which manage cultural and natural resources, lead to the Seventh Millenium Development Goal ‘Ensure environmental sustainability’ within the Colombian context at the cases of Tayrona National Natural Park and

Coffee Cultural Landscape, such as preventing social tension over territory? The research answers through comparative methods. It finds that social struggles for territory are more likely in the case of Tayrona Park, because it does not take into account the point of view of native communities. Therefore, institutional communication is weaker in Tayrona Park than in the Coffee Cultural Landscape case.

Keywords: *institutional communication, Coffee Cultural Landscape, Tayrona National Natural Park, UNESCO.*

Radios comunitarias de Bolívar: entre el conflicto y la paz

Bertha Lucía Arnedo Redondo

Magister en Comunicación de la Universidad del Norte. Docente del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena. Miembro del grupo de investigación “Comunicación, Educación y Cultura”. barnedor@unicartagena.edu.co

Dais Hernández Guzmán

Comunicadora Social de la Universidad de Cartagena. Representante de egresados ante el comité curricular del Programa. amiher@hotmail.com

Resumen

Este estudio busca conocer la realidad de la radio comunitaria en el Departamento de Bolívar (Colombia), al tiempo de identificar si ella incide o no, a través de sus parrillas de programación y el cumplimiento de sus funciones, en el desarrollo del territorio subnacional. La investigación se sustenta en el planteamiento y naturaleza de la categoría radial “comunitaria” y en el papel significativo que ha de cumplir en los lugares donde actúa, como instrumento eficaz de información, formación y cultura, en el marco del desarrollo local y regional a través de sus discursos y narrativas. Metodológicamente, la investigación presenta un enfoque cualitativo y se desarrolla en un trabajo con seis (6) emisoras, una por cada Zona de Desarrollo Social (ZODES). Constituye un informe parcial de la investigación realizada por el grupo de investigación “Comunicación, Educación y Cultura” del programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

Palabras clave: *radio, conflicto y desarrollo.*

Abstract

This study seeks to understand the reality of community radio in Bolívar, and whether or not it can influence, through their schedules and the fulfillment of their duties, the development of the Department. It

is based on the approach and nature of the radio category “Community” and the significant role it has to play in the places where it acts as a powerful tool for information, education and culture, within popular development through their discourses and narratives. Methodologically the research is a qualitative approach and focuses on work with six stations, one for each Social Development Zones (ZODES). It is a partial report of the investigation conducted by the research group “Communication, Education and Culture” program of Communication at the University of Cartagena.

Keywords: *radio, conflict and development.*

Ley Lleras 2.0: una historia contra el derecho a la comunicación que aún no termina

Ángela María Díaz Lozano

Psicóloga Pontificia Universidad Javeriana. Magistra en Comunicación Social de la misma universidad. Especialista en Educación y Orientación Familiar. diaz-angela@javeriana.edu.co

José Luis Silva Buitrago

Comunicador Social y Periodista Universidad Santo Tomás. Magister en Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana. jsilvab@javeriana.edu.co

Resumen

La investigación que tuvo lugar pretendió analizar las implicaciones de la sanción de la Ley 1520 conocida como Ley Lleras 2.0, en relación con el derecho a la comunicación desde el punto de vista de la libre circulación de la información. A raíz de tal acto jurídico se pudo evidenciar el ejercicio de la ciudadanía a partir del uso de nuevas herramientas tecnológicas como lo son las redes sociales virtuales, las cuales permitieron generar movilizaciones, posiciones e igualmente lograr visibilidad de los asuntos ciudadanos en los medios. Se ha podido concluir que la experiencia de la participación ciudadana en torno a la Ley Lleras 2.0, sirvió para llamar la atención de las diferentes autoridades nacionales frente a la legislación en el marco del acceso, uso y circulación de la información en Colombia.

Palabras clave: *ciudadanía, derecho a la comunicación, libre acceso y circulación de la información, Ley 1520 (Ley Lleras), redes sociales, propiedad intelectual, derechos de autor, tratados de libre comercio, legislación.*

Abstract

The research took place aimed at analyzing the implications of the passage of the 1520 law known as Law Lleras 2.0 in relation to the right to communication from the point of view of the free flow of information, with the exercise of citizenship and the use of new technological tools such as online social networks to create demonstrations, positions and visibility of public affairs in the media evidence. The experience of citizen participation around the Lleras Law 2.0 served to draw the attention of the authorities towards different national legislation in the context of access, use and dissemination of information in Colombia.

Keywords: *citizenship, free access and free communication course, Law 1520, social networks, Intellectual Property, Copyright Law, social networks, copyright, free trade agreement.*

III. Anexos al CD

- 1. Textos de conferencistas**
- 2. Textos completos de las ponencias**
- 3. Programas de radio**
- 4. Video síntesis de XX Cátedra UNESCO de comunicación**
- 5. Vínculos de la Memoria Audiovisual
de la XX Cátedra UNESCO de Comunicación**

*Este libro se terminó
de imprimir en JAVEGRAF
durante el mes de octubre
del año 2014*