

# Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

Publicación trimestral  
Edición diciembre 2011  
Números: 116  
Llamada de trabajos: mayo 2011  
Aprobación de trabajos: junio 2011  
Cierre de edición: noviembre 2011

## Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

## Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

## Créditos

Centro editorial y Documentación  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaías Sánchez  
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

## Consejo de Administración

Presidente  
Édgar Samaniego  
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio e Integración

Cecilia Herbas  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo  
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de  
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de  
Radiodifusión

Susana Piedra  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director General del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador  
• Registro M.I.T., S.P.I.027 • ISSN 13901079

# En esta edición



## Personaje

**5** Alfonso Gumucio-Dagron y sus vasos comunicantes

Alexandra Ayala Marín

**9** Alfonso Gumucio-Dagron: activista-analista-herrero apasionado

John Downing

**12** El promotor internacional de la comunicación para el cambio social

Luis Ramiro Beltrán

**17** Alfonso Gumucio-Dagron: más allá de la euforia tecnológica

José Marques de Melo

**21** Gumucio y su cámara, Magdalena abajo

Amparo Cadavid Bringe

**25** Andares y pesares: Alfonso Gumucio, poeta

Raúl Teixidó

## Observatorios

**30** Argentina: Observatorios, veedurías o monitoreos de medios, un desafío de perspectiva, para una calidad de libertad de expresión

Miguel Julio Rodríguez Villafañe

**38** La lógica de la mediación y el principio de la autorregulación

Felipe López Veneroni

**48** Observatorios: fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación del derecho a la crítica

Fernando Checa Montúfar

**55** Carpintería Periodística: un acercamiento crítico a los medios

Fernando Checa Montúfar

**60** El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de Bolivia, por el ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación

Vania Sandoval Arenas

## Mattelart

- 64** De lo internacional a lo mundial: memoria de una trayectoria contradictoria  
Armand Mattelart
- 72** "Hay que recuperar la historia y el sentido de las palabras"  
Gustavo Abad,  
José Villamarín
- 75** Comunicación y movimiento popular. Un momento emblemático. Chile 1970-1973  
Michèle Mattelart
- 81** Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad  
Alexandra Ayala Marín  
César Herrera

## Ensayos

- 85** Diez aprendizajes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC ALC)  
Ernesto Lamas
- 94** Ciberactivismo: ¿Utopía o posibilidad de resistencia y transformación en la era de la sociedad desinformada de la información?  
Valeria Betancourt
- 98** A propósito de la Ley de Comunicación en Ecuador  
Christian Oquendo Sánchez
- 104** La contratación, remuneración y capacitación periodística como herramientas necesarias a tener en cuenta para solventar 'el oficio de escribir'  
Alejandra Busto
- 109** La espectacularización en los noticiarios televisivos  
Yadira G. Nieves Pizarro

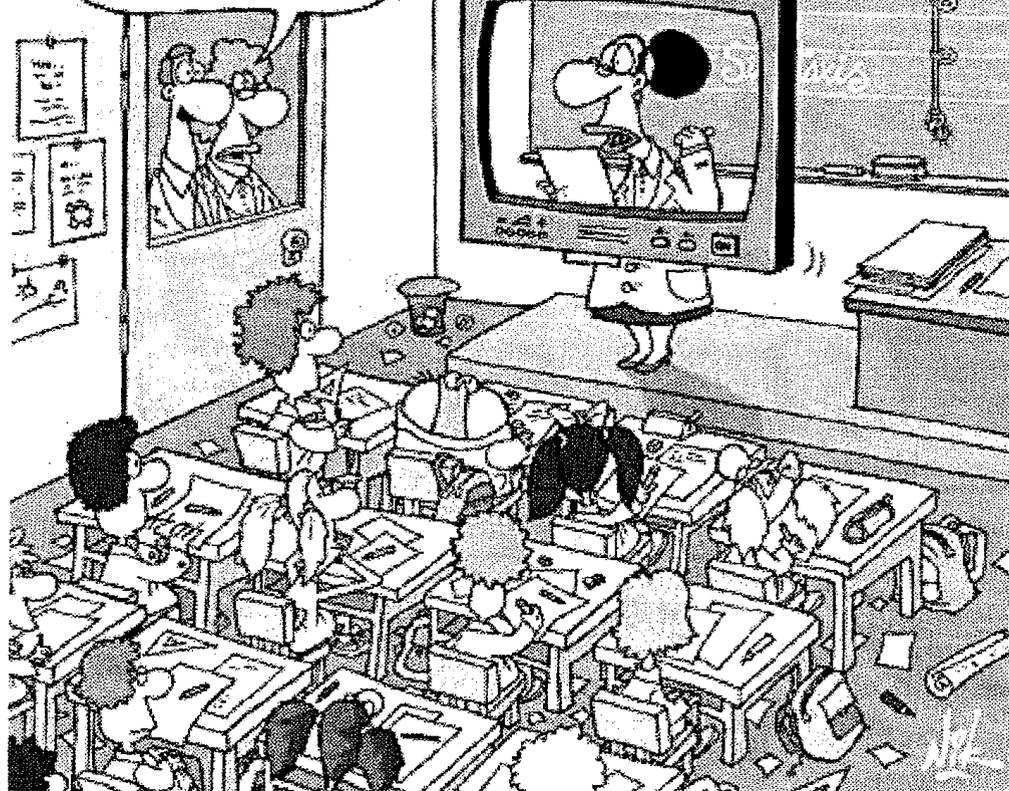
# Próximo número

Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

Gaturro  
escuela.

Y... ES UN POCO INCÓMODO,  
PERO ES LA ÚNICA FORMA DE  
QUE LOS CHICOS NOS PRESTEN  
ALGO DE ATENCIÓN  
DURANTE LA CLASE...



[www.gaturro.com](http://www.gaturro.com)

## Educación y tecnología

Próximo número

Próximo número

Próximo número

Próximo número



# La lógica de la mediación y el principio de la autorregulación

## Reflexiones en torno de una experiencia en el Instituto Mexicano de la Radio

**Felipe López Veneroni**

Profesor investigador Titular A de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, adscrito al Centro de Estudios en Comunicación. Fue Director General de Radio UNAM (1995-1998); Director de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma Metropolitana/UAM (1998-1999); Director General de Información de la Procuraduría Federal del Consumidor (1999-2001) y Coordinador de Documentación y Difusión del Tribunal Electoral del Distrito Federal (2001-2003). Desde agosto de 2009 ejerce como Mediador del Instituto Mexicano de la Radio.

### **Resumen**

*En este texto se explora el ejercicio de la mediación como resultado del Código de Ética y de un compromiso de autorregulación, elaborado y asumido por el Instituto Mexicano de la Radio, como medio de servicio público. Se discute cuál es la racionalidad en que se sustenta la figura del Mediador del IMER, cuáles son los límites de su acción, sus objetivos y sus compromisos con el público. Al mismo tiempo, se plantea una autocrítica en torno a lo que significó esta experiencia a un año de haberse puesto en marcha y se ofrece una serie de reflexiones de carácter teórico conceptual sobre lo que implica fomentar una cultura del diálogo entre los medios y sus audiencias, en el proceso de la construcción de una sociedad democrática.*

**Palabras clave:** Mediación, autorregulación, observatorios, medios

### **Resumo**

*Este texto explora a prática da mediação como um resultado do Código de Ética e um compromisso com a auto-regulação, desenvolvido e aprovado pelo Instituto Mexicano de Rádio como um meio de serviço público. Discutimos o que é o princípio subjacente ao mediador do IMER, quais são os limites de sua atuação, seus objetivos e seus compromissos para com o público. Ao mesmo tempo, há uma auto-crítica sobre o que esta experiência significou um ano de ser lançado e oferece uma série de reflexões conceituais teóricas sobre o que é preciso promover uma cultura de diálogo entre a mídia e seus públicos no processo de construção de uma sociedade democrática.*

**Palavras-chave:** Mediação, auto, observatórios, mídia

**P**arecería que hay una contradicción—o una redundancia—entre los conceptos de medio de información y de mediador. Si la función de un medio de información es la de actuar como vínculo entre la sociedad y la vida pública ¿qué sentido tiene que el medio opere, a su vez, con un agente que medie entre aquél y la audiencia a la que el medio dice representar?

Dos dichos populares nos ayudan a esbozar una respuesta inicial.

“En casa del herrero, azadón de palo”, es decir, no es improbable que al interior de un medio informativo no se profese lo que constituye su principal atributo: la comunicación. Esto lo saben bien sobre todo los reporteros, cuyas notas informativas o reportajes son siempre sometidos a la consideración, muchas veces discrecional, del editor, del consejo de redacción o del director del medio, quienes en última instancia deciden qué se publica y que pueden darle un giro diferente a la información inicialmente entregada.

“El buen juez, por su casa empieza”, es decir, para ejercer con eficacia y la mayor legitimidad posibles una labor informativa, el medio mismo debiese constituir un espacio en cuyo interior la comunicación sea principio rector de las relaciones profesional y una práctica permanente. Como analogía, podríamos decir que un partido político que tenga como objetivo luchar por la democracia y la representación social, debe operar él mismo como un modelo democrático, poniendo en práctica mecanismos de representación y de transparencia en la toma de decisiones, como parte integral de su estructura de operación y de su filosofía política.

Pues bien: la idea de mediación está ligada, precisamente, a estos dos puntos. Por un lado, constituye un mecanismo que se abre al diálogo entre un espacio profesional especializado en el manejo de una serie de contenidos—informativos, culturales, educativos—y un público cuya naturaleza heterogénea—geográfica y demográficamente—supone una diversidad compleja, cuya riqueza difícilmente puede ser captada como mero dato estadístico o a través de los estudios de audiencia, que necesariamente tienden a construir categorías abstractas (nivel de ingreso, edad, género) para reducir las variables a un patrón de regularidad.

Por otro lado, busca ser una forma por la que el medio se abre a cuestionar y a discutir, a la luz de los puntos de vista de sus escuchas, la calidad de su trabajo, la confiabilidad y la claridad de los contenidos que ofrece y a buscar el continuo mejoramiento de su oferta programática. Se trata de una práctica que, paralelamente a las leyes y reglamentos que rigen la operación de los medios en México, apunta hacia la autorregulación, es decir, a ese ejercicio de evaluación y crítica permanente que

se ejerce con base en una serie de principios asumidos internamente por el propio medio y que hace del conocimiento público, como un compromiso y como un parámetro a partir del cual se pueda, colectivamente, evaluar la labor del medio.

Además de la apertura al diálogo y la autorregulación, el ejercicio de la mediación busca ser un mecanismo adicional de rendición de cuentas. Al hacer del conocimiento público qué es lo que hace un medio determinado, cómo lo hace y las razones que orientan determinadas decisiones, cambios o adiciones a su oferta programática, se busca involucrar a los escuchas en un proceso de mutuo entendimiento. No se trata, entonces, de una administración cerrada en sí misma, cuyas decisiones estarías circunscritas a criterios discrecionales, pero tampoco se trata de un ejercicio de complacencias, según lo indiquen los ratings de popularidad.

El principio de operar con base en un Código de Ética, con el objeto de fomentar tanto la autorregulación como la rendición de cuentas, es un compromiso para todos los medios de información, pero es particularmente importante en los medios electrónicos. Más que ningún otro medio, el alcance y el impacto social que los define, compromete tanto a las instituciones a las que se le ha dado un permiso para extender la cultura a través de la radio y la televisión, como a los particulares a quienes se les ha dado en concesión el derecho de explotar comercialmente lo que, sin embargo, constituye un bien público, propiedad de la Nación, es decir, el espectro radioeléctrico.

No es ocasión para discutir aquí consideraciones de carácter jurídico, pero no está de más recordar que en México no hay medios electrónicos privados y que, en última instancia, al usufructuar un bien propiedad de la Nación, estarían cuando menos éticamente obligados a desarrollar algún tipo de mecanismo para escuchar el punto de vista de sus audiencia (más allá de la medición mercantil de preferencias) y para establecer un mecanismo, también público, de rendición de cuentas. En el caso de los medios que operan bajo la figura del permiso—el IMER cuenta con ambos tipos de figura: la concesión y el permiso—esta exigencia de carácter ético resulta especialmente significativa, ya que es la sociedad en su conjunto la que, a través de diversos mecanismos fiscales, esencialmente financian y hacen posible la existencia de esos medios.

### **La idea de mediación**

La figura de Mediador, así como el concepto de mediación, se derivan del amplio paraguas de los derechos humanos, respecto de los cuales el de la libertad de expresión y el derecho al acceso a la información forman parte de su primera generación. En este sentido, y como se verá más



adelante, la mediación es una práctica que, en términos análogos a la defensa de los derechos humanos, ya presupone una estructura o relación ligada a un ámbito democrático.

Si bien en México existen organismos formalmente constituidos para defender los derechos humanos y para garantizar el acceso de la sociedad civil a la información que genera la Administración Pública, no se había dado una figura particular para atender y articular las demandas de la sociedad civil respecto de los medios de información en general (sus modos de operación, sus contenidos, programación, criterios de clasificación y jerarquización de noticias), y, en particular, de los medios de carácter "público", vale decir, operados de manera central o descentralizada por el Estado, sin objetivos comerciales ni de lucro y con un compromiso orientado a los contenidos de corte educativo, cultural.

La figura de mediador surge como respuesta a esta inquietud. En la medida en que las sociedades se tornan más participativas, más conscientes de sus derechos y de que son los propios actores sociales los que, en última instancia, sostienen los proyectos públicos de radio y televisión a través del pago de impuestos, exigen una mayor claridad en cuanto a cómo se utilizan los recursos, quiénes deciden cómo se gastan o invierten esos recursos, quién y cómo se diseña la programación, o bien, porqué se dan tales o cuales cambios.

Aun cuando las radios pueden tener una política de líneas abiertas se necesita a una figura que no sea parte del medio como tal (empleado o funcionario), que no sea un agente del Estado en activo, miembro de algún partido político u orden religiosa, etc., pero que al mismo tiempo entienda del medio y sea capaz de vincularse, lo menos subjetivamente posible, con las demandas, reclamos o intereses del auditorio en lo que concierne a la programación y las decisiones que afectan a ésta.

En este sentido, el IMER comenzó a trabajar primero en un código de ética de carácter público y abierto para todos sus trabajadores: los del área de noticias como de todas las demás áreas de la programación. Del código se derivaron varias líneas de trabajo que articularon lo que se denomina código de autorregulación (más adelante volveremos sobre este punto), es decir, aquellas formas de trabajo, principios éticos, etc., a los que se compromete el medio y su personal. La figura del mediador es, en buena medida, un observador participante, de buena fe, que mide, evalúa y coparticipa con el medio en términos del cumplimiento de esos principios que ha asumido como propios y verifica que la programación, el diseño de ésta y sus contenidos se ajusten a ese código y no violen esos principios.

## El ethos de la Autorregulación

La idea de autorregulación—que está ligada al principio de ética, es decir, de actuar con base en principios claramente delineados y públicamente asumidos—es un precepto propio de sociedades democráticas, donde se busca equilibrar la responsabilidad social con la libertad de expresión. El riesgo de cualquier otro mecanismo de evaluación o crítica sobre los medios, particularmente si se trata de una instancia externa a éstos, será siempre el de la censura.

La autorregulación, que en principio tiene su origen conceptual en la voluntad de autocrítica, permite una forma de reflexión inteligente, fundada y libre para que el propio medio pueda verse en función de la opinión del público al que se dirige.

Una cosa es cómo ve el medio al público (en tanto audiencia ligada al rating o simplemente como auditorio) y otra cómo el público ve al medio. Si se abre un espacio intermedio entre el auditorio y el medio, es factible ir construyendo una imagen más equilibrada y sensata sobre el medio y sus funciones: corregir errores, afinar (pre)suposiciones y generar los ajustes y las adaptaciones que hagan al medio más cercano con un público que, más que un punto de rating o un mero dato estadístico, está conformado por actores sociales que piensan, que tienen una opinión y que tienen, sobre todo, derecho a al uso de la palabra.

### ¿Qué es la mediación?

La mediación es un concepto amplio que abarca lo mismo el campo político, el laboral y el diplomático, que el ámbito familiar y las relaciones cotidianas. Si bien el término de mediación suele estar relacionado con la resolución de conflictos, su rango de acción no se agota en ese rubro.

La mediación se refiere a la intercesión, a la conciliación o a la intervención de un tercero que, sin tomar partido, actúa de buena fe entre dos entidades, a fin de generar condiciones para que éstas alcancen un mutuo entendimiento. La mediación busca promover la discusión racional y generar un espacio de concordia en el que dos o más entidades puedan escucharse, intercambiar puntos de vista y superar posibles distorsiones en el proceso de comunicación.

Mediación y comunicación son conceptos complementarios. La idea fundamental de ambas es poner en común u orientar hacia un sentido común. Entre los antiguos romanos, el término *senso comunis* (sentido común), tenía una doble acepción:

- I. La de un conjunto de ideas, valores, principios y objetivos aceptados y compartidos por la comunidad.



De hecho, en Italia los gobiernos locales se siguen llamando Comunas, que conjunta el término munis/mono (como en municipio y monos, como único o individual) con el copulativo co, es decir, lo que une a varios individuos en una misma entidad. Puede hablarse entonces de senso comunis como una comunidad de sentido.

- II. La de una identidad colectiva, referida precisamente a la comunidad, en donde los individuos pueden desarrollarse y realizarse plenamente como personas, con un proyecto de vida orientado por los valores, principios e ideas compartidos por la comunidad. En esta segunda acepción, senso comunis equivale a sentido de comunidad.

El IMER constituye y aspira a consolidar precisamente una comunidad. No se trata de una comunidad política, en el sentido administrativo del término, sino de una comunidad de radioescuchas. Como toda comunidad, los radioescuchas de las 17 estaciones del IMER forman un vasto mosaico de gustos diversos, de opiniones distintas, de diferentes perspectivas, pero que encuentran en una institución de radio pública, plural e incluyente, un referente común que los une. Que nos une.

La función del mediador es, precisamente, articular un espacio de reflexión para que todos los radioescuchas del IMER, puedan conocerse y reconocerse; un espacio que permita poner en común el proyecto de la institución radiofónica y las ideas, propuestas, críticas y observaciones acerca de sus programas, que provengan de su comunidad de radioescuchas.

### **La mediación como principio de voluntad compartida**

Toda forma de mediación depende de un principio fundamental: la buena voluntad del mediador y la aceptación voluntaria de las partes de reconocer en éste a un actor imparcial e independiente que, de buena fe, busca acercar puntos de vista diversos o aun opuestos, para llegar a una concordia. La mediación no tiene el objetivo de obligar a las partes a llegar a un acuerdo; no impone decisiones o resoluciones, sino promueve el entendimiento y la comprensión.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, hay dos modelos básicos de mediación:

1. El de la mediación-facilitación, en el que el mediador se esfuerza por facilitar la comunicación entre las partes y por ayudar a cada una de ellas a comprender la perspectiva, posición e intereses de la otra en relación con la controversia.
2. El de la mediación-evaluación, en el que el mediador realiza una evaluación no vinculante de la controversia

que luego las partes están libres de aceptar o rechazar como solución de la controversia.

El mediador del Instituto Mexicano de la Radio responde sobre todo al primer modelo. No se trata de una figura que resuelva conflictos o desencuentros, sino, más bien, un actor que facilita la interacción de un medio de carácter público, el IMER, con un auditorio geográficamente diverso, socialmente plural y que tiene derecho a conocer las políticas de ese medio, es decir, cómo diseña su extensa oferta de programas y cuáles son los compromisos que obligan al IMER a desarrollar un proyecto radiofónico de corte social, amplio, incluyente y orientado hacia la educación y la cultura del país.

### **El ámbito comunicativo del mediador**

El ámbito del mediador del Instituto Mexicano de la Radio no es el de la acción política (como lo puede ser, por ejemplo, un representante del Poder Legislativo), el de la acción normativa (como lo puede ser el de un especialista o figura pública que media en un conflicto social), ni tampoco el de la acción jurídica (como lo puede ser, por ejemplo, un conciliador legal, que busca la avenencia de las partes para evitar ir a juicio). El ámbito propio del mediador del IMER es el de la acción comunicativa.

El concepto de acción comunicativa se lo debemos al pensador alemán Jürgen Habermas<sup>1</sup>. Se refiere a la posibilidad de establecer un marco de principios y valores comunes, es decir, compartidos por una comunidad, y a partir de este marco crear una serie de condiciones "ideales" para que, a través de un diálogo razonado, abierto, inteligible y respetuoso, los diferentes participantes o miembros de esa comunidad puedan alcanzar acuerdos que orienten una acción socialmente coordinada hacia fines consensuados.

La acción comunicativa consiste en construir puentes de acercamiento para que, respetando las diferencias, los integrantes de una comunidad puedan gradualmente alcanzar puntos de vista comunes, o cuando menos, que sean entendidos y comprendidos por todos. No se trata de justificar ni de legitimar decisiones, discursos o acciones, sino de hacerlas comprensibles para generar un ámbito de cooperación, basado en la razón o sentido común y la participación cooperativa.

En este caso, la idea de mediación es la de propiciar y la de facilitar el diálogo entre el IMER—como proveedor de un

<sup>1</sup> Jürgen Habermas: filósofo y sociólogo alemán, nacido en 1929. Ha tenido una destacada trayectoria en el pensamiento social contemporáneo. Entre sus obras principales destacan *La Teoría de la Acción Comunicativa* y *El Discurso Filosófico de la Modernidad*. En 1971 fue director del Instituto Max Planck, una de las más importantes instituciones en el mundo en materia de investigación científica, cultural y artística.

servicio público, orientado por un proyecto institucional y una serie de políticas públicas en materia de educación y cultura—y los diversos públicos que integran su auditorio, es decir, su comunidad. ¿Qué opinan y qué piensan de la programación del IMER? ¿Qué consideran que sobra o que hace falta? ¿Qué se puede mejorar o cómo podría diversificarse los contenidos?

### ¿Por qué se requiere la figura del mediador?

A diferencia de otros servicios públicos (como el suministro de la energía eléctrica, el desarrollo de infraestructura o la educación, a la que está constitucionalmente obligado tanto el Estado como el ciudadano), la radio no es un servicio vinculante u obligatorio. Nadie está “obligado” a escuchar el IMER o ninguna otra estación y, con frecuencia, los escuchas cambian continuamente de estaciones o, según sus preferencias, sintonizan diferentes estaciones en diferentes horarios.

Sin embargo, para el IMER sí es fundamental no sólo conocer a su auditorio, sino abrir todos los canales posibles y diversificar las formas para ponerse en contacto con sus escuchas. Para el IMER, los radioescuchas no son entes pasivos, entidades amorfas, a los que se pueda categorizar como puntos en un espacio ideado por la medición de audiencias (o rating), o bien, como categorías de consumidores, según ingresos y niveles de escolaridad.

El IMER considera que los radioescuchas son actores sociales, que forman una comunidad; una comunidad que tiene puntos de vista, intereses, preferencias y sobre todo una disposición por abrirse a temas y contenidos que enriquezcan y amplíen su horizonte personal. Sin embargo, la dinámica de operación interna de una institución tan compleja como el IMER, la actividad cotidiana, las demandas técnicas, de producción y administración y, quizás más importante, el principio ético de imparcialidad en la evaluación, impiden que la propia institución actúe como “juez y parte”.

Más que sujetar los programas radiofónicos del IMER a una evaluación técnica externa, con todo lo que esto puede implicar en términos de censura, injerencia política, o incluso limitación de la libertad de expresión, se parte del principio de la autocrítica y la autorreflexión: el propio medio, desde su interior, se asume como un espacio sujeto al escrutinio del público al que se dirige, a través de un tercero—es decir, el mediador—que hace las veces de vaso comunicante entre el punto de vista del público, pero también, el punto de vista de la propia institución: sus directivos, sus órganos colegiados, sus productores y colaboradores. No debemos olvidar que, en última instancia, la institución no sólo debe tener la libertad, sino también la obligación de operar el medio, de proponer sus contenidos, de explorar

diferentes vías de creatividad y, en su caso, de modificar su oferta programática o, también, de cambiar a sus colaboradores.

El punto, en todo caso, es siempre hacerlo de manera transparente y abierta, ofreciendo al público las razones por las que se tomó tal o cual decisión, se hizo tal o cual cambio o se incluyó un nuevo programa, etc. Y esa es una labor comunicativa: buscar los elementos que nos permitan poner y hacer en común un proyecto radiofónico que no sólo recoja las preferencias del público, sino que también pueda ofrecer vistas, sonidos, tendencias novedosas, diferentes y alternativas. La radio no construye el mundo, pero puede ser una ventana hacia otros mundos.

### ¿Mediador o Defensor?

Los otros medios públicos que cuentan con una figura análoga, Canal 22 y Radio Educación, usan el término Defensor de la Audiencia, o bien, ombudsman. ¿Por qué no lo hizo así el IMER?

El concepto de defensor está más ligado al campo jurídico, si bien en un ámbito extra judicial o, para ser más precisos, extra jurisdiccional. El imer, sin embargo, sintió que este término no aplicaba propiamente a la labor que se llevaría a cabo en sus 17 estaciones, porque aun cuando el imer forma parte del estado, no es una figura de autoridad ni tiene ingerencia forzosa o directa sobre la sociedad (como sí la tiene, por ejemplo, la Secretaría de Hacienda, la de Gobernación o la Secretarías de Seguridad Pública).

En el IMER, que opera 17 estaciones en todo el país, tanto en amplitud modulada como en frecuencia modulada y, más recientemente, una emisora exclusivamente en línea, se optó por no llamar a esta figura Ombudsman, porque sostiene (y yo concuerdo) que la radio es un servicio público al que podemos, como ciudadanos, renunciar sin mayor afectación a nuestra vida. Es decir, a diferencia del suministro de la energía eléctrica, de los servicios de salud o de tránsito y vialidad, a los que no se puede renunciar como ciudadanos y que sí tienen una afectación directa en nuestra calidad de vida, en el caso de la radiodifusión si hay algo que no es del gusto de alguien se puede cambiar de estación o, en el peor de los casos, simplemente apagar el aparato.

Entonces se planteó una figura más cercana a la intervención cultural de buena fe (hay toda una política incluso a nivel internacional en torno de la mediación), una figura que ayude a canalizar y moderar los términos de un debate público, es decir, de un diálogo. Al estar todavía en formación esa cultura del diálogo—como práctica social—es fácil que el público confunda la orientación y moderación, con la participación activa.



## Características del Mediador

El Mediador es una figura pública independiente que guarda una relación institucional con el Instituto Mexicano de la Radio, pero no forma parte del personal de estructura del Instituto ni establecerá con éste ningún tipo de vínculo laboral, ni será sujeto de alguna otra contraprestación; no obstante, tendrá derecho durante el período que dure su encargo a una remuneración simbólica, establecida por la Mesa Editorial y la Dirección de Administración y Finanzas, la cual no podrá rebasar el monto percibido por un subdirector de área en el Instituto.

El Mediador del IMER debe responder al siguiente perfil:

1. Ser una persona honorable, de comprobable integridad y ética así como de reconocida trayectoria en el ámbito académico o profesional de la Comunicación.
2. No tener intereses que interfieran o comprometan su función como intermediario entre IMER y sus radioescuchas. No tener vínculo como militante de algún partido o agrupación política nacional ni ocupar algún cargo de elección popular o dentro de la administración pública. Tampoco puede ser ministro de ningún culto religioso.
3. Abstenerse de utilizar los espacios radiofónicos del IMER o el nombre del Instituto para propagar sus creencias personales, sean éstas políticas, religiosas, éticas o económicas.
4. Mantener una relación respetuosa e institucional tanto con el auditorio como con la Dirección, el personal y los colaboradores del IMER.

## Recuento de una experiencia

Visto a la distancia de un año, me queda clara cuando menos una cosa: la complejidad del ejercicio de la mediación no está en el medio, sino en el modo, es decir, en aquello que, a diferencia de la tecnología, sí nos es común a todos los actores sociales: el uso del lenguaje. Ese uso ha sido, de mi lado y del lado del público, el reto que ha presentado la mayor complejidad. Creo que no estamos acostumbrados a hablar: a escuchar al otro y a ser escuchados por el otro.

Quizás en un principio, la posición de muchos trabajadores y colaboradores del IMER ante la figura del Mediador fue de sospecha y suspicacia (quién es este tipo y qué se cree que va hacer). Ningún profesional es más celoso de sus secretos gremiales y de su *modus operandi* que el periodista o el crítico cultural. Puesto que el ejercicio del periodismo y la crítica cultural gozan, por así decirlo, del fuero de la libertad de expresión, no es saludable ni viable pensar, como señalé anteriormente,

en alguna instancia externa al medio para regular su trabajo, porque inevitablemente roza con la censura y la imposición externa de criterios.

En cambio, una figura que, sin ser parte del poder público pero tampoco un funcionario o trabajador del medio, pero que está públicamente reconocida como una figura respetable, que no responde a ningún interés pecuniario, dogmático o político y que, al mismo tiempo, ha tenido experiencia profesional en el área, puede generar la autoridad moral para llamar la atención o señalar aquellas desviaciones respecto del código de ética y del código de autorregulación que el trabajador del medio se comprometió a cumplir. Con el paso del tiempo, el mediador también les ha demostrado que cuando se les acusa injustamente de ineficientes o de que llevan a cabo un trabajo sesgado, se los puede defender o cuando menos aclarar públicamente cuando no es el caso.

Digamos, entonces, que hay un entente entre el Mediador y los trabajadores del micrófono, tendiendo hacia la simpatía y mutuo respeto, que creo que serán las normas mínimas de una urbanidad mediática para construir un ambiente recíproco de confianza, veracidad y transparencia, al interior del medio y con el público escucha.

La impresión que tengo en este ejercicio, es que buena parte de nuestros escuchas no concibe la mediación como una forma de crear condiciones para establecer un diálogo racional, que permita acercar puntos de vista divergentes, a fin de superar distorsiones propias de todo proceso de comunicación. Más bien, quienes se han dirigido al mediador lo conciben, o imaginan, como una "autoridad", con un "mandato", obligado a resolver las quejas que se le hagan llegar. La idea del mediador como un actor independiente que, de buena fe, participa en la construcción de un ejercicio de racionalidad (y entiendo por razón no la posesión de la verdad, sino la posibilidad de dar proporción a las cosas, de ubicarlas en su justa perspectiva), parecería que todavía no cuaja.

La idea inicial que muchos escuchas tuvieron en torno a las funciones del mediador, fueron de carácter operativo, es decir, quisieron ver en el mediador a una suerte de autoridad paralela a la dirección del imer, capaz de llamar la atención, intervenir en las decisiones de programación y dictar fallos inapelables. De ahí que, más que buscar entablar una reflexión común, plantearan problemas de carácter operativo o de preferencias (si gusta o no tal o cual programa, si tal o cual locutor o conductor agrada o desagrada, que se quite un programa o se ponga otro, etc.).

Ese es, desde mi horizonte, el reto principal que enfrenta este espacio: hacerse entender por lo que es (o busca ser) y no por lo que otros creen que es, o quisieran que fuera



(oficina de quejas, dirección de fiscalización, etc.). Tardará todavía algún tiempo el que la idea de la mediación cobre sentido. Sin embargo, la participación de los escuchas y los temas que se han abordado—más allá de las quejas o percepciones de gusto—traza un horizonte promisorio (sin olvidar que el horizonte es una línea imaginaria que, conforme uno se acerca, se va alejando).

### ¿Qué se ha logrado en este primer año?

A un año de haber comenzado esta experiencia, se han producido 52 programas de media hora a la semana, contestado más de 235 correos y cientos de llamadas telefónicas y participado en el Blog, en los que se han recogido las críticas, dudas, propuestas, comentarios y quejas de los radioescuchas.

Como alternativa para atender la participación de los escuchas y dar fe de qué se ha cumplido y cómo se ha cumplido, propuse crear un mecanismo bilateral que el Mediador vierte en términos de un Bitácora.

La Bitácora del Mediador, es un documento que, bimestralmente, recoge los principales puntos expuestos por los radioescuchas. Consta de tres partes: las observaciones generales, en las que se resume la tendencia general de los comunicados y de las observaciones del auditorio; las observaciones particulares, donde se recogen aquellos puntos que resultan, por reiteración o amplitud, de particular interés o a los que hay que dar prioridad y, finalmente, las recomendaciones, es decir, el equivalente a los fallos o sentencias, con los que se indica a las autoridades del IMER qué es lo que se considera se debe o debiera hacer para superar un problema o una serie de problemas.

Por parte de las autoridades del IMER, se estableció una Mesa de Atención. En esta Mesa de Atención participan, además de la Dirección General del Instituto, sus dos órganos colegiados: el Consejo de Programación y la Mesa Editorial, así como aquellos funcionarios (productores, directores, colaboradores), a los que compete atender o resolver alguno de los puntos contenidos en las Recomendaciones.

A septiembre de 2010, se han generado seis Bitácoras, con su respectiva serie de recomendaciones y éstas se han atendido de manera puntual, o alternativa. Es decir, o se ha corregido el problema (por ejemplo, explicitar por escrito de los criterios de retransmisión de programas radiales), o bien se han dado alternativas a las peticiones de los escuchas (por ejemplo, si se canceló la retransmisión de algún programa, se han creado Pod Casts para que el público pueda escucharlos fuera de su horario regular de transmisión).

Asimismo, se coadyuvó a que las autoridades del IMER negociaran con uno de los dos sindicatos en los que

está organizada la fuerza laboral del IMER para que se le permitiera a un joven locutor—muy popular entre los adolescentes—reincorporarse a su programa sobre rock mexicano y que, en ese exceso de entusiasmo propio de los jóvenes, había utilizado como ariete personal para hacer alusiones personales a otros compañeros de trabajo.

Conviene señalar que tanto las Bitácoras, como las respuestas que ofrece la Mesa de Atención por parte de las autoridades del IMER, son de carácter público y pueden ser consultadas en la sección correspondiente de la página electrónica del Mediador, dentro del sitio del Instituto Mexicano de la Radio. Hasta donde se tiene información, ninguno de los espacios análogos de representación o defensoría de las audiencias, cuentan con un esquema similar. Se considera, entonces, que este ejercicio constituye un paso importante en el proceso de transparentar la toma de decisiones sobre la programación que lleva a cabo el Instituto Mexicano de la Radio y constituye un mecanismo objetivo de rendición de cuentas para los escuchas del IMER, así como para los estudiosos o investigadores que trabajan este tema.

### Comunicación, mediación y la lógica del medio (reflexiones teóricas a propósito de una experiencia práctica)

En una plática con un estudiante de la Enep Acatlán, se abordó el tema de la bidireccionalidad del discurso como condición del acto comunicativo y si se podía considerar al IMER como un medio que busca esta bidireccionalidad. Honestamente, no creo que sea el caso, pero no porque esto sea un problema exclusivo del IMER, sino porque nos lleva a la mecánica de los medios en general (así sea la BBC de Londres, la PBS estadounidense o las radios indigenistas).

Sin entrar en detalles teóricos, no hay que olvidar que una cosa es la mediación dialógica (el uso social de la palabra, en relaciones interactivas, que no sólo anteceden cualquier tecnología, sino que son independientes de ésta) y otra, muy distinta, la mediación de carácter tecnológico, en la que por la naturaleza misma de la mecánica y la operación del medio, se impone siempre una racionalidad instrumental.

Los medios electrónicos, o aun los impresos tradicionales, dependen como tal de la emisión, transmisión y recepción de señales, entre dos polos objetiva y técnicamente diferenciados entre sí: el emisor y el receptor. Por el contrario, en el mundo de vida social, todos somos, a un tiempo, emisores-receptores-intérpretes. Las relaciones dialógicas de carácter interactivo dependen de los sistemas de signos (como el lenguaje) y de universos de referencia simbólicos (i.e., la modernidad, la antigüedad, las sociedades tradicionales frente a la sociedades



urbanas, la posición de clase, el capital educativo, la posición de género, etc.) y no del flujo físico de señales en el espacio electromagnético o radioeléctrico.

Como propone Cassirer en su *Antropología Filosófica*, señal y símbolo corresponden a dos universos totalmente distintos del discurso: el uno es de carácter físico (o instintivo) y operativo; el otro forma parte del universo del entendimiento y de la cultura y su naturaleza más que operativa o meramente indicativa, es, sobre todo, designativa y significativa. El símbolo y el signo están socialmente mediados, que no, ojo, mediatizados.

Precisamente la idea de la mediación es la de abrir un espacio de relaciones dialógicas independiente o, cuando menos, diferenciado, de la diámica interna del medio. No es que el proceso de mediación sea, de suyo, bidireccional, pero sí establece una pauta de interactividad que, al no estar circunscrita a la perspectiva formal del medio, abre una suerte de "tercera vía" entre el medio y su público. En suma: ningún medio puede establecer una relación bidireccional, cuando menos no en el sentido dialógico-simbólico del término. Pero sí puede trabajar en función de un "tercero" en discordia para generar una acción conducente al diálogo intersubjetivo.

### La herramienta de la mediación

La herramienta fundamental de toda mediación es el diálogo racional. ¿Qué se quiere decir con esto? El término es complicado y habría que recurrir a varias fuentes para precisarlo (desde luego Platón, pero también está implícito en el concepto de la terapia psicoanalítica y, sobre todo, en todo lo que Habermas desarrolla en su teoría de la acción comunicativa).

El diálogo se refiere a aquello que se hace y se alcanza través de la palabra. La palabra no es propiedad de nadie, sino el vínculo que nos permite a todos conocernos y reconocernos. En estricto sentido, nunca nadie tiene la última palabra y, cuando menos en una cultura genuinamente democrática, todos tienen derecho a la palabra.

Una cultura del diálogo, como lo demuestran de manera luminosa los diálogos de Platón, está sustentada en una sinergia entre dos movimientos complementarios: la competencia lingüística y la voluntad de participación para llegar a un acuerdo. La competencia lingüística está relacionada con la habilidad para exponer ideas, argumentos o proposiciones de manera clara, sencilla y mesurada; la voluntad de participación, está relacionada con la disposición de dos o más interlocutores a reconocer que, además del suyo propio, puede y, de hecho, suele haber otros argumentos igualmente válidos. Consecuentemente, nadie tiene la última palabra y el entendimiento o el acuerdo (mas que "la" verdad) se construyen en el consenso racional.

Quien entra en una relación dialógica animado por la voluntad de participar y de alcanzar un acuerdo, aun si carece de elocuencia, de la suficiente competencia lingüística para expresar sus ideas, probablemente se beneficie del entendimiento y el consenso que se alcance. De hecho, es probable que en el intercambio de ideas genuinamente motivado, mejore su competencia lingüística y abone a una relación dialógica cada vez más rica y productiva.

Quien entra en una relación dialógica únicamente movido por la competencia lingüística, pero sin la voluntad de participar, inevitablemente acaba transformando el discurso en retórica: la idea ya no es llegar a un acuerdo, sino vencer al otro o a los otros. Lejos de aceptar que puede haber otra versión, se aferra a la suya propia y transmuta la imaginación simbólica que anida en la palabra en una estructura pétrea e irreductible: ya no puede moverse de ese punto.

Entonces, en vez de usar la palabra como hilo conductor, como el vaso comunicante para que fluya la razón, la convierte en ariete: se usa para descalificar y desconocer al interlocutor, aun si éste se manifiesta como un participante de buena fe. Cuando las palabras se usan para descalificar al otro, se suelen cancelar las posibilidades del diálogo, ya que la interacción se reduce a que las cosas sean sólo como una de las partes quiere; todo o nada.

Lo que busco con el programa es fomentar tanto el uso de la competencia lingüística—para clarificar los puntos de vista—como sobre todo impulsar la idea de participar de buena fe para buscar un acuerdo, un mutuo entendimiento, que permita la construcción de un proceso de diálogo entre el IMER y sus públicos, con base en un proyecto común: una radio pública plural, diversa y de calidad.

Se ha cuestionado desde varios frentes que la perspectiva de un pragmatismo dialógico, sobre todo como el que propone Habermas en su *Teoría de la Acción Comunicativa*, constituye una utopía irrealizable; que resulta prácticamente imposible lograr esas condiciones ideales de validez que harían posible una interacción de esta naturaleza. No es este el momento ni el espacio para adentrarse en esos cuestionamientos, (SOLARES. 1995) particularmente en lo referente a "condiciones ideales" que, hasta donde yo lo entiendo, proviene de una abstracción metodológica de Max Weber pero que debe ser operada, como lo señala el propio Weber, sólo como un modelo—o un momento—abstracto, no como una realidad empírica.

Lo que sí me parece especialmente rescatable de la reflexión de Habermas, es su insistencia en el concepto y en la práctica del diálogo, como una condición misma para la construcción de comunidad,



es decir, de comunicación. El gran reto de la sociedad contemporánea, de la política contemporánea, es regresar a la posibilidad del diálogo como la base misma de su praxis. No deja de haber una cierta ironía en un momento histórico en el que estamos rodeados de todas las tecnologías imaginables que, sólo en apariencia, facilitarían la comunicación. Pero, lo hemos señalado en otros trabajos, (LÓPEZ V. 1997) transmitir y recibir datos o información no equivale a comunicarse, es decir, no equivale a una relación dialógica.

No olvidemos que el verdadero poder del Nacional Socialismo alemán, como lo descifró Cassirer con extraordinaria lucidez en *El mito del Estado*, (1982) no fue el uso del cinematógrafo, de la radio o de los carteles en sí mismos, sino el contenido de un discurso que se expresó como acción política y una política del manejo discursivo que, de manera efectiva, negó la posibilidad a cualquier otra forma de acción política. Los medios no fueron sino el vehículo material de una operación más compleja: la distorsión de ciertas formas simbólicas que, proyectadas contra el inconsciente histórico de una colectividad materialmente abatida, modificó sus formas de relación y el tejido de su interacción para, más allá de los medios, deformar el sentido de las palabras y, con ello, la acción misma de la sociedad<sup>2</sup>.

¿No está este fenómeno también presente en el totalitarismo estalinista, en la lógica de los fanatismos de cualquier signo, o aun en la apropiación discursiva de la historia nacional que proyectó al PRI como la fuerza hegemónica en la política mexicana durante casi siete décadas? Parecería que la coyuntura inmediata de las tecnologías de la información nos impide ver la profunda sutileza histórica de procesos de manipulación cultural que, a través de la apropiación del lenguaje y la "legítima" monopolización del discurso, han permitido a instituciones como la iglesia Católica, por ejemplo, dominar durante siglos los sistemas de representación cultural de Occidente y mantenerse, aún hoy, como una fuerza social y política de consideración.

2. El *anschluss*, por el cual la Alemania nazi justifica la anexión de Austria, el concepto y la práctica de "la solución final", por la que se eliminan a 6 millones de judíos luego de haberlos aislado primero en ghettos y luego en campos de concentración, la conquista y defensa del llamado *Lebensraum*, el espacio vital de una supuesta comunidad pan-germánica, de la que había que expulsar a judíos, checos, polacos y franceses, etc., son ejemplos de una práctica discursiva cuya significación estaba acompañada por la distorsión de las formas simbólicas (i.e., el uso de la suástica, la superioridad racial del ario, el *reich* de los mil años, la necesaria reivindicación del pueblo alemán de su historia mítica, etc.). Esta distorsión generó todo un entorno lingüístico propio del Nacional Socialismo, por el que se erradicó la semántica convencional del idioma alemán. Haría falta un análisis del discurso, semiótico y semántico, del manejo del lenguaje en los periódicos, los textos escolares, los carteles, etc. durante el período en que Hitler estuvo en el poder. El propio Cassirer, estando en el exilio y hasta antes de su muerte, en 1945, comenta que cuando le llegaba algún diario alemán ya no entendía su propio idioma por el grado de distorsión semántica al que éste había sido sometido.

También es el caso de 1984, la novela apocalíptica de George Orwell sobre un futuro totalitario<sup>3</sup>. Las lecturas convencionales de esta obra suelen poner énfasis en el uso de la televisión como ese panóptico mediante el cual el Hermano Mayor observa permanentemente a la sociedad, mientras que ésta, por su parte, está obligada a escuchar solo lo que el Hermano Mayor dice. Pocos reparan, sin embargo, en que el verdadero factor de poder en la novela—aquello por lo cual se genera un estado de desconcierto y temor generalizados—es precisamente ese "decir" que se traduce como manipulación del lenguaje y monopolización del discurso.

A través de la lógica irracional del *double talk* (la duplicidad o, mejor, la indeterminación enunciativa), el Hermano Mayor ejerce un control absoluto incluso sobre sus más cercanos colaboradores, ya que subvierte las palabras en significantes totalmente discrecionales, es decir, en elementos de significación que carecen de significado. El verdadero acto político del Hermano Mayor constituye un golpe de estado lingüístico, ya que, como ocurrió en la Alemania Nazi, se suprimen las convenciones semánticas de la lengua y el habla: lo que hoy quiere decir algo, mañana puede decir exactamente lo contrario, de tal suerte que no hay asidero posible a un sistema socialmente válido de referentes lingüísticos.

Aun si un personaje, para justificar una acción o una decisión determinada, se apega a lo que el Hermano Mayor acababa de decir apenas el día anterior, resulta que como al día siguiente ya no tiene el mismo significado, ese personaje es enjuiciado por traición al Estado. Más que el uso del medio televisivo, el verdadero poder del Hermano Mayor consiste en un imperio sobre la función designativo-significativa del lenguaje, lo que le permite anular toda posibilidad de comunicación. Anular la comunicación—es decir, crear un estado de zozobra parlamentaria y de silencio generalizado que mantiene a la colectividad en vilo—equivale a anular, precisamente, a la comunidad.

### Consideraciones finales

Para poner en marcha una experiencia de esta naturaleza es necesario, ante todo, que existan la voluntad y el genuino deseo de las emisoras de radio por asumir, de manera orgánica, el compromiso público de la rendición de cuentas. No se trata de que una emisora abdique de su perfil o que renuncie a su propio proyecto como medio, sino que haga del conocimiento del público cuál ese proyecto, cómo está construido y cómo es que se diseñan la oferta programática, quién o quiénes participan en la toma de decisiones y cuáles son los mecanismos para decidir la inclusión de un nuevo programa, o su retiro del aire.

3. Tómense en cuenta que la novela fue publicada en 1949.

Aun cuando se trate de una emisora privada y el criterio fundamental de su operación esté centrado en la lógica pecuniaria, no debe olvidarse nunca que una estación de radio tiene un efecto público, un alcance social, por lo que resulta sano (incluso si se reduce ese ejercicio a una técnica de estudio de mercado) abrirse al escrutinio y la participación de aquellos que escuchan y participan de esa emisora.

En otras palabras: aun a quienes les puede parecer un tanto fatuo esto de que las emisoras tengan una figura de mediación o defensoría, porque realmente no son instancias que resuelvan problemas de carácter operativo o administrativo, no debemos olvidar un punto central: las comisiones de derechos humanos, los institutos para garantizar el acceso a la información o las figuras que buscan detonar la participación del público y fomentar un ejercicio de autocrítica no deben valorarse únicamente desde una óptica instrumental. Ante todo, se trata de instancias que permiten reconocer el grado de avance democrático de una sociedad, de una comunidad o de una institución. En una estructura autoritaria o vertical, simplemente no existen mecanismos de apertura al escrutinio público y a la participación u opinión del público.

La Mediación no es una forma de complacencia del gusto popular, sino un espacio de interacción dialógica que permite (a) una cierta reflexión colectiva—medio y sociedad—sobre un proyecto común y (b) una cierta autorreflexión o, si se prefiere, un cierto grado de autocrítica del medio, en una actividad que, por técnica y especializada que sea, sólo tiene sentido en la medida en que conecta con una comunidad y genera un vaso comunicante abierto hacia la otredad. La radio sólo puede conocerse a sí misma en la medida en que se re-conoce en y con el otro: el público. De otra manera, ¿con quién dialoga el medio? Y, acaso más importante, ¿a quién representa? 

### Bibliografía

**Cassirer, Ernst. El mito del Estado.** México: FCE, 1982.

**López Veneroni, Felipe. La ciencia de la comunicación Objeto y método de estudio.** México: Ed. Trillas, 1997.

**Solares, Blanca. El Síndrome Habermas.** México: FCPYS/ UNAM-M.A. Porrúa, 1995.

## En medio de un medio público

### El Telégrafo, un caso ecuatoriano

Paulina Escobar

Una obra que invita a reflexionar sobre los conceptos y características de un medio público, un medio oficial y un medio estatal. Todo, en el marco del proyecto de diario público, que significó la etapa de diario El Telégrafo, entre marzo de 2008 y abril de 2010.

El libro surgió con la intención de dejar un testimonio -para estudiantes, periodistas y actores de la comunicación social- de una etapa inédita en el periodismo ecuatoriano, específicamente en el periodismo escrito. En su primera parte expone el contexto mundial y regional de los medios públicos, oficiales y estatales, para vislumbrar la identidad de El Telégrafo, como medio público.

En la segunda parte detalla la propuesta editorial que guió al diario y la orientación social que se construía a través de sus secciones y nuevos espacios. En la tercera parte presenta al rediseño editorial y gráfico, como la evidencia de un concepto gráfico diferente con relación a los formatos tradicionales de la prensa nacional.

¡dalo a: [libreria@ciespal.net](mailto:libreria@ciespal.net)



NUEVA PUBLICACIÓN