

CONTENIDO

	Pág.		Pág.
Portada		La entrevista como género de la comunicación política	
Rendición de cuentas de medios y periodistas		<i>Rafael Yanés Mesa</i>	52
<i>Felipe Gaytán y Verónica Galán</i>	4	Televisión	
Opinión		Montecristo, la historia negra argentina hecha telenovela	
Nuevos medios de comunicación, nuevas militancias		<i>Esteban Landau</i>	56
<i>Eduardo Andrés Vizer</i>	12	Cine	
Ensayos		Latinoamérica en el Festival de Cine de Venecia 2006	
Operación Colombo:		<i>Francisco Ficarra</i>	62
La prensa que se calló con Pinochet		Comunicación Organizacional	
<i>Marco Herrera Campos</i>	18	Problemas de comunicación en las transnacionales	
Anna Politkovskaya		<i>Dino Villegas</i>	70
una muerte en una democracia fallida		Dudas y Rupturas	
<i>Raúl Sorrosa</i>	24	La lámpara encendida	
Comunicación Política		<i>Juan Manuel Rodríguez</i>	76
Influencia de los medios en el voto		Periscopio Tecnológico	78
<i>Francisco Javier Paniagua Rojano</i>	30	Bibliografía sobre Comunicación	82
Elecciones de México en la prensa estadounidense		Actividades del CIESPAL	90
<i>Sergio Inestrosa</i>	40		
México:			
Campañas electorales americanizadas			
<i>Irving Berlín Villafaña</i>	46		

Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Chasqui
Revista Latinoamericana de Comunicación
N° 96 Diciembre 2006

Director
Edgar P. Jaramillo S.

Editor
Luis Eladio Proaño
Email: luiselap@ciespal.net

Consejo Editorial
Lolo Echeverría - Héctor Espín
Juan M. Rodríguez - Francisco Vivanco R.

Asistente de edición
Jorge Aguirre
Email: chasqui@ciespal.net

Portada y diagramación
Mayra Cajilema C.

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>

Impresión
Editorial QUIPUS - CIESPAL

Nuevos medios de comunicación, nuevas militancias

Eduardo Andrés Vizer ■

En buena medida, el paradigma emergente en el siglo XXI va demarcando nuevos modos de relación entre la militancia, nuevas formas de activismo social y los medios de comunicación. Ambos han cambiado mucho, tanto cuantitativa como cualitativamente. El primero se ha multiplicado hasta el punto de armar redes para cubrir escenarios mundiales con agendas enormemente diversas. El militante puede ser miembro de una Organización Social (OS), pero también un individuo solitario con capacidad de acceso a una batería de medios: Internet, páginas web, e-mail, y la emergente explosión de la comunicación por los teléfonos celulares. El activismo social ya no debe ser forzosamente organizado, ni requerir de *actos de fe*, ni formalidades. Puede ser espontáneo, y tomar la forma de "multitudes" convocadas por situaciones críticas (como las manifestaciones policlasistas y con intereses diversos en la crisis de diciembre del 2001 en Argentina).

"Inmediatamente después del atentado en Madrid del 11 de marzo del 2004, los ciudadanos que no aceptaban las declaraciones iniciales del partido dirigente, -que atribuía a ETA la autoría del atentado- recurrieron a la comunicación masiva a través de Internet para emprender movilizaciones espontáneas ante el mundo. Las manifestaciones *no* fueron mera consecuencia de los mensajes de correo electrónico y SMS (mensajes de texto).

Quienes tenían motivos para actuar encontraron un nuevo medio para recabar información, publicar mensajes, organizar y crear. Nos hallamos ante un nuevo medio de organización social, cultural y política. Las redes telefónicas inalámbricas y los sistemas informáticos accesibles para cualquier usuario constituyen, junto con las personas, un potencial inmenso (para bien y para mal), comparable al de la imprenta o el alfabeto. Con

■ *Eduardo Andrés Vizer*, argentino, doctor en Sociología, profesor en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Federal de Rio Grande do Sul de Brasil.
Correo-e: eavizer@gmail.com

toda probabilidad no serán pacíficas, o democráticas, todas las movilizaciones futuras organizadas por Internet y el teléfono móvil.

El motivo de esperanza más pragmático es que el nuevo régimen tecnosocial es todavía joven" (del Prólogo a la edición castellana de *Multitudes inteligentes*, H. Rheingold, 2004). En marzo del 2004, el partido gobernante en España controlaba la mayoría de la televisión pública y gran parte de la privada, así como la mayoría de las radios y la opinión pública a su favor. Sin embargo, los SMS se encargaron de poner en evidencia pública la manipulación y la desinformación instrumentados por el gobierno. Éste no solamente perdió las elecciones, sino que indignó a la sociedad porque además de la tragedia y el terror del atentado, se sintió usada y engañada con fines electorales. Con las movilizaciones se evaporó buena parte del capital de credibilidad en los medios de información masivos.

Telefonía móvil y mensajes de texto

En el año 2004 se vendieron en el mundo 600 millones de teléfonos celulares, la décima parte de la población mundial. Analfabetos, favelados, descalzos, políticos y periodistas acceden a la telefonía inalámbrica para difundir sus mensajes, para convocar o denunciar. *La Sociedad de la comunicación* se ha transformado

en un hecho. Si en la Unión Soviética de Andropov -en los años 70- se prohibieron las fotocopias, hoy en día nadie puede prohibir la telefonía móvil y los consiguientes mensajes de texto. En la China existen los cargadores públicos de teléfono, aun en lugares donde todavía no ha llegado la electricidad.

*Las redes
telefónicas
inalámbricas y los
sistemas
informáticos
constituyen un
potencial inmenso
comparable al de
la imprenta o el
alfabeto*

En los Estados Unidos, en el año 2004, 32 millones de norteamericanos afirmaron obtener información de los diarios de Internet, y los lectores de blogs aumentaron en un 58 por ciento en solo seis meses. El blog es un diario personal que se escribe en Internet, donde no se busca dar específicamente información sino opinión personal, que los lectores buscan, comparan, comparten o critican. Paralelamente, muchos programas de televisión por cable comparten una tendencia que se llama periodismo de afirmación. Con el crecimiento de Internet como canal de comentario abierto al público, el periodismo de opinión (un anatema para el periodismo clásico) crece en forma exponencial, así como decrecen paulatinamente los lectores

de periódicos, hasta el punto que ya no son pocos los que temen por su desaparición (al menos en su forma tradicional).

Los miedos y las fantasías que suscitó en especialistas, educadores y políticos el uso manipulado de los medios, y los riesgos de tender hacia la pasividad frente a la pantalla de la televisión,

OPINIÓN

se diluyen ante el nuevo escenario social y mediático. Los medios cubren desde el pequeño living familiar, pasando por el Estado, hasta los escenarios mundiales. Desde el fondo de mi casa hasta la cabina de los astronautas.

La respuesta al desafío de las transformaciones cuantitativas y cualitativas que traen los nuevos escenarios de la "Cultura Tecnológica" (Vizer 1983) ha sido la búsqueda de la articulación y la reintegración de todos los medios en complejos sistemas mutuamente interdependientes y en red. Redes más abiertas o más cerradas, pero que siempre deben permanecer alertas a todo lo que sucede, a riesgo de perder la exclusividad y "su" público, así como brindar canales de acceso y participación (o seudoparticipación) abierta al público.

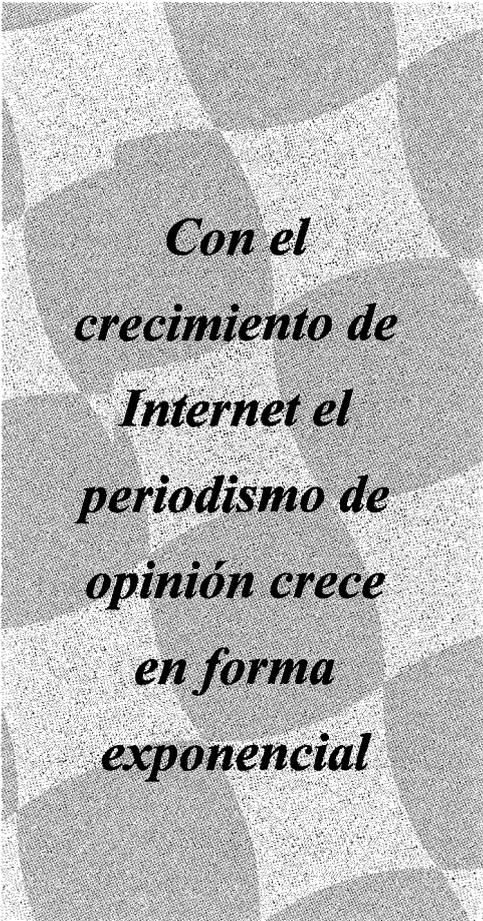
Cuatro factores en juego

Para pensar una "modelización" (Vizer 2005) de este proceso que lo entienda en su complejidad y sin reduccionismos -por sobre todo tecnológicos-, tenemos al menos cuatro factores en juego que son sobredeterminantes en este nuevo escenario: la evolución de las tecnologías, la creciente disminución de los costos de producción, el acceso y los usos sociales que permiten estas tecnologías, y por último los cambios en las demandas sociales. Dos factores son tecnológicos, uno es económico y el otro es social. La multiplicación de las tecnologías de los

medios, la miniaturización, y la accesibilidad económica aseguran la creación y la penetración de mercados hasta hace pocos años reservados al Primer Mundo y a los sectores de mayor poder adquisitivo. Realmente debemos admitir que estos medios conforman la base de una infraestructura informacional que permite, por primera

vez, pensar en la posibilidad de su uso democrático y alternativo a los medios dominantes. Si se me permite una metáfora marxista, prefiero pensar en las posibilidades que abre este desarrollo tecnológico en términos de fuerzas productivas, como la infraestructura de una inminente *Sociedad de la Información* (una infraestructura hipertecnológica sobre cuyas bases se informan los dispositivos y las nuevas estructuras de producción y circulación capitalista). Por otro lado, pienso en un modelo de sociedad idealizada como una *superestructura comunicacional*, una Sociedad de la Comunicación abierta y democrática, con libre acceso a los conocimientos, a las opiniones y a las críticas.

Hay una consecuencia central en el pasaje de la sociedad industrial tradicional a la sociedad de la información -no deja de ser chocante considerar que la revolución industrial haya pasado, en solamente dos siglos, de ser el motor de las transformaciones hacia la modernidad, hacia una nueva forma de sociedad *tradicional*, todavía basada en la producción física y el consumo de recursos naturales-. Y esta consecuencia tiene profundas



*Con el
crecimiento de
Internet el
periodismo de
opinión crece
en forma
exponencial*

implicancias no solamente *materiales* sino también teóricas y epistemológicas. La tradición intelectual nos ha marcado con la impronta de pensar las estructuras y los procesos sociales y económicos desde la perspectiva de sus condiciones de producción. Una forma de determinación lineal y por etapas: producción, circulación y consumo.

Las tecnologías -la digitalización en primer término- han quebrado las barreras de tiempo y espacio, introduciendo el pasado y el futuro en las ecuaciones de un presente perpetuo. El cálculo de probabilidades, el azar y la indeterminación han entrado a formar parte de los planes de producción económica a una escala sin precedentes.

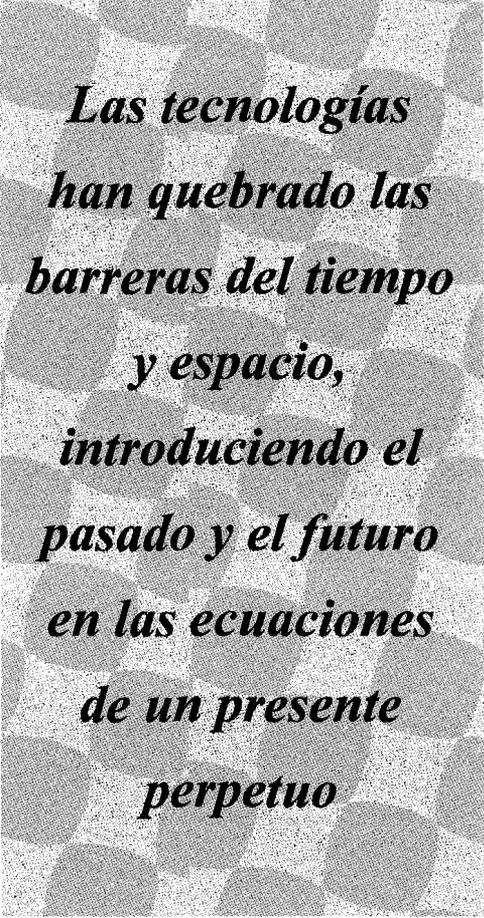
La *velocidad de la circulación* de la información condiciona los procesos de producción (un ejemplo de esto es el *just in time*). El acceso a los procesos, los dispositivos y las estructuras sobre las cuales se *produce* la circulación de bienes o de la información han pasado a ser un recurso absolutamente estratégico. Los flujos del capital financiero constituyen en este sentido un ejemplo central. El modelo de la sociedad de la información presupone el crecimiento exponencial de los flujos inmateriales, y la dependencia creciente de ellos para asegurar la supervivencia de la sociedad "real" (por ej. cuando se produce un "apagón" de energía eléctrica, no es por falta del recurso físico, -lo que se puede prever-, sino de una falla en los sistemas de regulación y control). Aún se

nos hace difícil pensar en la producción en términos de circulación, aunque sabemos que es en la propia circulación donde se va produciendo y reproduciendo un sistema, ya sea económico, político o social.

¿Y las consecuencias?

No sabemos qué implicancias tendrán estas *transformaciones infraestructurales* en la sociedad, la política y la cultura. Sabemos que tener información es tener poder, y nunca en la historia existieron tantas posibilidades y recursos de información-poder. Pero tampoco jamás en la historia el valor de la información se hallaba tan determinada por el tiempo, o más bien por la duración decreciente del valor de una información. Como no todo el mundo puede o está interesado en correr detrás de la información, inevitablemente se generan asimetrías a todo nivel. Esto se ve muy claramente en el mundo académico y la investigación científica, en la competencia económica, y en la *brecha*

digital (the digital divide) entre países y sectores sociales. A mediados del siglo XX, la radio transistores alimentó las expectativas de promover programas de desarrollo y modernización rural pergeñadas por la Escuela de Comunicación y Desarrollo. A comienzos del siglo XXI, son Internet, la telefonía celular integrada y la convergencia digital -entre otras



***Las tecnologías
han quebrado las
barreras del tiempo
y espacio,
introduciendo el
pasado y el futuro
en las ecuaciones
de un presente
perpetuo***

OPINIÓN

tecnologías- las que representan las bases promisorias para generar condiciones para una sociedad de la comunicación más democrática, organizada y articulada a través de dispositivos de circulación social productiva. Cada ciudadano puede -al menos en teoría- constituirse en un militante público en circunstancias apropiadas. Pero debemos aclarar las limitaciones que estas innovaciones no pueden superar.

Este escenario guarda ciertas reminiscencias con las formas anarquistas en su rechazo a los condicionamientos y rigideces de las estructuras organizadas. Por otro lado, también presenta asociaciones con un individualismo activo que no choca en absoluto con el ideario liberal clásico. Los individuos se reúnen espontáneamente -o bien convocados- a conformar una multitud (figura teórica cara a nuevos planteos de análisis político). Una multitud se reúne con fines precisos para *construir un acontecimiento*, que puede encuadrarse tanto desde un campo artístico (los *happenings* sesentistas) como uno político (la protesta de las cacerolas). El espontaneísmo construye el acontecimiento, emerge y se expresa en acciones y manifestaciones de todo tipo. Pero no construye -ni busca construir- organización, permanencia, compromisos fuertes y estables. El marginado social, el explotado o el excluido, conformando un sector social creciente y ya estructural en el tercer mundo, puede *engrosar las filas* de una

multitud en una manifestación, pero no representa más que un *convidado* casual y momentáneo que no modifica en nada sus condiciones objetivas de existencia. El paradigma tradicional de la organización social, con sus valores, compromisos e identidades fuertes, sigue siendo el *dispositivo* social más adecuado para presionar y expresar las injusticias dentro de un sistema social. Y el sistema social no deja de estructurarse de acuerdo con reglas de poder, de propiedad, de distribución desigual de los recursos.

El *acontecimiento* tiene todas las características de la comunicación: es un emergente expresivo de condiciones y situaciones, y puede revelarse a través de acciones directas, o por operaciones mediáticas con un comienzo y un fin; requiere de actores sociales en situaciones y contextos específicos. Pero cuando termina, es como la representación teatral, cada uno vuelve a su realidad: los actores bajan del escenario, el público que se ha regocijado, sufrido o conmovido, aplaude. Y todos vuelven a sus casas.

Las tecnologías de información y comunicación tienen la virtud de generar nuevos espacios y tiempos, nuevos dispositivos -¿nuevas formaciones infraestructurales?-, que terminan tejiendo las nuevas ecologías en red de la sociedad de la información. Su especificidad y dinámica corresponde a las lógicas de la circulación más que a las de la producción, tal como se lo entiende en la sociedad

*Cada ciudadano
puede
constituirse en
un militante
público en
circunstancias
apropiadas*

industrial. Así como le ha llevado siglos a la era industrial superar la era feudal, aún no podemos saber cuánto le llevará a esta móvil sociedad conformar nuevas relaciones de producción-circulación. No sabemos si el paradigma de esta nueva sociedad (de la información, del conocimiento, de la comunicación) promoverá más desigualdad y más concentración de poder, o si logrará distribuir más equitativamente los recursos que aseguren un acceso más igualitario a mejores condiciones de vida compartidas por toda la sociedad.

Mientras tanto, en nuestra *modernidad líquida*, -al decir de Baumann-, y después del fracaso de las estructuras burocráticas y la planificación centralizadas, los movimientos sociales parecen hallarse ante la necesidad de desarrollar estrategias duales, articuladas sobre acciones físicas y a la vez comunicacionales.

Entre la organización rígida o la *flexible*; entre la *guerra de posiciones* y el acontecimiento; entre un monólogo repetitivo o el diálogo abierto.

Periodismo 3.0

En la red las cosas cambian aceleradamente y el lenguaje con ellas. Hay varios conceptos que aparecen y en poco tiempo se han convertido en nuevos estándares. Términos como Periodismo 3.0 y web 2.0 (w2). ¿Qué son?

Hace algunas semanas, un edificio en Santiago de Chile comenzó a incendiarse, no había reporteros cerca, pero en poco más de media hora la página web del principal diario chileno, El Mercurio, comenzó a mostrar fotos y textos del suceso. Para hacerlo, se basó en los aportes de los ciudadanos.

Conceptualmente, el Periodismo 3.0 se sustenta en la consolidación de la llamada web 2.0, que ha sido definida por uno de sus fundadores, Tim O'Reilly, así: "Una verdadera aplicación web 2.0 es una que mejora mientras más personas la usan. El corazón verdadero de web 2.0 es la capacidad de aprovechar la inteligencia colectiva".

En w2, la plataforma puede ser consultada y modificada; la participación permite la emergencia de esa inteligencia colectiva y su aprovechamiento, gracias a su "arquitectura de participación" la w2 vive de las innumerables y variadas contribuciones de los usuarios. Los wiki son el mejor ejemplo. Aparte de la Wikipedia, existen los Meta, Wikcionario, Commons, Wikilibros, Wikisource,

Wikiquote, Wikiversidad, Wikispecies y Wikinoticias. Diccionarios, noticias y conocimientos aportados de forma horizontal y abierta. Es la Biblioteca de Babel, de Borges, materializada.

El desarrollo de la web 2.0 hace posible que la generación de información se democratice, justo lo que propone el Periodismo 3.0. El chileno Juan Lozada define la trayectoria: "Periodismo 1.0 es el que traspasa contenido tradicional de medios a internet. Periodismo 2.0 es la creación de contenido en y para la red, sumando interactividad, multimedia, etcétera. Periodismo 3.0 es la socialización de la información periodística en la que los participantes intervienen en el propio mensaje".

Algunos blogs son Periodismo 3.0, pero la mayoría no lo son. Muchos diarios en línea ya incorporan los blogs como parte de su rutina, pero el Periodismo 3.0 no se reduce al bloguismo.

La tendencia sigue en crecimiento y ahora se comienza a hablar de los medios ciudadanos hiperlocales que pretenden convertir a los propios vecinos en productores de la información. Se habla también de nanoaudiencias (públicos muy pequeños y focalizados) con la esperanza de establecer un sistema de información conversacional y en red, no controlado jerárquicamente. ☸