

Comunicación, Cultura y Política

María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, compiladores

Comunicación, Cultura y Política



Índice

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Quito - Ecuador
Telf.: (593-2) 323 8888
Fax: (593-2) 3237960
www.flacso.org.ec

Ministerio de Cultura del Ecuador
Avenida Colón y Juan León Mera
Quito-Ecuador
Telf.: (593-2) 2903 763
www.ministeriodecultura.gov.ec

ISBN: 978-9978-67-175-7
Cuidado de la edición: María Pessina
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena
Imprenta: Crearimagen
Quito, Ecuador, 2008
1ª. edición: septiembre, 2008

| | |
|--|----|
| Presentación | 7 |
| Prólogo | |
| Memoria y balance | 9 |
| <i>Héctor Schmucler</i> | |
| Introducción | 15 |
| <i>Belén Albornoz – Isabel Ramos</i> | |
| PRIMERA PARTE: ALGUNOS DEBATES SOBRE TELEVISIÓN PÚBLICA | |
| Problemas para la televisión estatal en Latinoamérica. Reflexiones a partir del caso argentino | 33 |
| <i>Roberto Follari</i> | |
| La Reforma de Televisión Nacional de Chile y calidad de la política. Aprendizajes y nuevas perspectivas | 47 |
| <i>Valerio Fuenzalida</i> | |
| Venezuela: El lejano servicio público | 67 |
| <i>Andrés Cañizález</i> | |
| Onde está o negro na TV pública brasileira? | 79 |
| <i>Joel Zito Araújo</i> | |

SEGUNDA PARTE:
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

| | |
|---|-----|
| Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación | 93 |
| <i>Raúl Zibechi</i> | |
| ¿Qué es una prensa pública? | 109 |
| <i>Emir Sader</i> | |

TERCERA PARTE:
ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

| | |
|---|-----|
| Estudos de recepção na América Latina, hoje: a visão de seus pesquisadores | 119 |
| <i>Nilda Jacks y Daiane B. Menezes</i> | |

| | |
|---|-----|
| El estudio de las audiencias en Centroamérica. Primeras coordenadas del mapa | 131 |
| <i>Amparo Marroquín Parducci</i> | |

| | |
|--|-----|
| Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de audiencias y la Internet | 147 |
| <i>María José Calderón</i> | |

CUARTA PARTE:
TIC Y SOCIEDAD

| | |
|--|-----|
| El culto a la información, imaginarios sobre tecnología | 161 |
| <i>Belén Albornoz</i> | |

| | |
|---|-----|
| El móvil, artefacto ritual para exorcizar la otredad | 173 |
| <i>Rosalía Winocur</i> | |

| | |
|---|-----|
| Cybercultura y las nuevas nociones de privacidad | 191 |
| <i>Belén Albornoz</i> | |

¿Qué es una prensa pública?

Emir Sader¹

Hay una frase de un periodista brasileño, muy actual, porque las campañas electorales en América Latina son cada vez más parecidas. No es que los candidatos sean iguales, pero la postura de la prensa monta un esquema absolutamente similar, entonces un periodista brasileño, después de la derrota de la derecha brasileña, dijo: “el pueblo votó contra la opinión pública”.

Es un ejemplo de la fabricación de la opinión pública, que se reproduce en varias partes con candidatos distintos. No voy a mencionar el papel que tiene la prensa privada, monopólica, frecuentemente familiar, como el partido hegemónico de la derecha latinoamericana; basta con decir que cuando se plantea el tema de si Ecuador es democrático, si Uruguay es democrático, si Bolivia es democrática, el tema que surge es si hay prensa libre, y prensa libre pasó a ser igual a prensa privada, literalmente.

En este sentido, hay una victoria ideológica del liberalismo que hace esa identificación, al igual que cuando se plantea si Bolivia es democrática, significa si el sistema político es democrático, no si el país es democrático, no si Brasil es una democracia. Brasil es la peor dictadura social del mundo, tiene la peor concentración de renta del mundo, sin embargo, como sistema político obedece a las normas tradicionales del liberalismo: se considera que Brasil es democrático.

1 Emir Sader, sociólogo brasileño, secretario ejecutivo del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso).

Trampa del neoliberalismo

Creo que el tema nuestro es desarticular el campo teórico que impuso el liberalismo para el debate y retomar ese campo en función de las categorías democráticas pos-neoliberales.

En el campo teórico, el neoliberalismo plantea alrededor de la polarización entre lo estatal y lo privado, que dominó las últimas décadas el debate. Y como el que parte y reparte se queda con la mejor parte, se quedaron con lo privado, que se volvió una canasta general donde están múltiples y distintas cosas, frecuentemente contradictorias entre sí.

A través de esa constitución del campo teórico, el neoliberalismo primero se apropia de una categoría muy importante, sobre todo en las últimas tres décadas, la de lo privado, porque en la esfera privada están los derechos individuales, están los temas de género y varios otros temas importantes. Se trata de una operación, una trampa teórica, porque cuando se privatiza una empresa no se está entregando en manos de los individuos las acciones de la empresa, se las está sacando al mercado, para que compre el que tiene más capital. Es entonces una apropiación indebida de una categoría que no la podíamos regalar a ellos, pero que quedó con el cliché de lo que es privatización y eso es grave porque crea confusión entre privatización, sociedad civil, esfera individual. Es como si la democratización fuera la reapropiación por la sociedad civil de lo que el Estado le había arrebatado indebidamente, identificando democratización con desestatización, con privatización.

Mercantilización

Sin embargo, la categoría central del neoliberalismo no es la esfera privada, es la esfera mercantil. Si uno analiza el capitalismo en la era neoliberal, es el capitalismo de mayor expansión de las relaciones mercantiles en el mundo. Lo que uno no imaginaba que era mercancía se ha vuelto mercancía (educación, salud, etc.). Cuando dictábamos clases de economía decíamos que hay valor de uso y valor de cambio, que hay cosas que tienen valor de uso sin tener valor de cambio, pero ahora todo tiene valor de

cambio: hasta el agua lo tiene e incluso el aire porque se valoran más las casas en las zonas menos contaminadas de las ciudades.

Las relaciones mercantiles llegan a China, que era un país que se resistió a la influencia mercantil occidental durante siglos, llega a las periferias más pobres de nuestras sociedades.

La esfera del neoliberalismo es la esfera mercantil y nuestra esfera no es la estatal. El Estado puede ser perfectamente mercantilizado, financiado, como suele ser el caso de los Estados en una era neoliberal.

Esfera pública Vs. esfera mercantil

La esfera democrática es la esfera pública, la esfera de universalización de derechos. El Estado es un espacio de disputa entre la esfera pública y la esfera mercantil. Pierre Bourdieu decía que siempre hay dos brazos dentro del Estado: uno, en general minoritario, que defiende intereses públicos y otro, que suele ser mayoritario, que defiende los intereses mercantiles. Entonces, esa es la disputa esencial: la que se da entre la esfera pública y la esfera mercantil.

Democratizar es desmercantilizar, sacar de la esfera mercantil y llevar a la esfera de la solidaridad, de la complementariedad, del intercambio, a la esfera pública. De ahí la importancia de la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), donde se realiza lo que el Foro Social Mundial siempre planteó como un comercio justo, un comercio de intercambios solidarios, fuera de los precios de mercado, fuera de la esfera mercantil, donde el país que tiene da, el que no tiene recibe; es un espacio todavía pequeño, pero ejemplar.

Ejemplar porque es el único espacio mundial fuera de las relaciones de libre comercio, de la Organización Mundial de Comercio (OMC), en el que no se intercambian los métodos de educación y de alfabetización cubanos, por ejemplo, a precios de mercado. Venezuela da petróleo porque tiene petróleo. Cuba da la mejor salud pública del mundo que es lo que construyó históricamente. Es un intercambio que no está medido por precios de mercado, al igual que la Operación Milagro, al igual que el método cubano de combate al analfabetismo, que se desarrollan en la esfera no mercantil.

Este es un tema central que permite pensar lo que es la esfera pública y a partir de ahí poder pensar lo que debe ser una prensa pública. La prensa es básicamente mercantil, es una prensa que es financiada no por la compra de los lectores, es financiada por las agencias de publicidad, es vendida primero a las agencias y después al público. Por eso les interesa no la cantidad de lectores sino la calidad, la capacidad de compra de los lectores para poder venderla a las agencias, diciéndoles: Mis lectores viajan tres veces al año al exterior, compran coche cada dos años, toman whisky extranjero, etc.

Es un circuito cerrado que condiciona lo que se llama opinión pública, porque es una opinión selectiva, condicionada por el mercado de las agencias de publicidad. Esta es la dinámica de la prensa mercantil.

¿Cómo puede ser una prensa pública? No tenemos grandes experiencias de eso. El caso más conocido, un caso frustrado, fue el de la nacionalización de toda la prensa peruana durante el gobierno nacionalista de Velasco Alvarado, que tiene grandes realizaciones, entre otras, la reforma agraria, el establecimiento de los procesos penales en lenguajes indígenas. No es un gobierno que hay que banalizarlo. Pero al nacionalizar, en verdad, estatizó a la prensa y entregó la dirección de la misma a sindicatos de periodistas y de otras categorías, así como a instancias directamente estatales. Se volvió una prensa estatal, una prensa donde no había gran capacidad de organización social y por lo tanto no había un intercambio estrecho entre esa prensa y las organizaciones populares.

Era un gobierno que, además, tenía rasgos autoritarios y que tampoco llegó al poder en el auge de movilizaciones populares muy amplias. Hubo una prensa estatal que no es una prensa desechable, de la que no hay que tener vergüenza pues un gobierno que gana las elecciones tiene la obligación de rendir cuentas al pueblo de lo que hace, de lo que piensa, entonces, existe una prensa directamente estatal, porque en general la prensa privada dice: yo tengo el 40% de la audiencia, debo tener el 40% de la publicidad.

Pero la mayor encuesta de opinión pública son las elecciones y ellas dan lo que el pueblo quiere que sea el país, qué proyectos, qué dirección política, qué partidos, entonces, una prensa estatal es perfectamente posible, no es avergonzante, porque en caso contrario se coloca a la defensiva

lo que se opone a la esfera mercantil, pretendiendo caracterizar que todo lo que es estatal es antidemocrático.

Los gobiernos no se atreven a decir que tienen una prensa oficial, una prensa que da el punto de vista del gobierno, pero cuando son elegidos democráticamente tienen todo el derecho y la obligación de informar, sino quedan de rehenes de los espacios que da la prensa privada, de los espacios de la televisión, que a veces tienen derecho de reivindicar.

Hay un tipo de prensa estatal que no debemos desechar vergonzantemente porque una parte de sus experiencias no hayan sido positivas.

La batalla de las ideas

La idea de prensa pública es la idea de la construcción de consensos que no son necesariamente estatales, en los que el Estado participa, pero no es determinante, es una fuerza entre otras. Este es un tema muy importante porque el neoliberalismo impuso la hegemonía liberal. Hay una frase importante de Perry Anderson cuando analizó la izquierda francesa, que vale para países como Brasil, Uruguay y otros cuando dice: “Cuando finalmente la izquierda ganó el gobierno, había perdido la batalla de las ideas”.

Una cosa hubiese sido Lula electo en 1989 y otra cosa es ser elegido en el 2002. Para varios países puede tener sentido, países que pasaron por procesos neoliberales, donde no sólo se transformaron el Estado y las relaciones sociales sino también la hegemonía cultural, y el liberalismo no sólo se volvió hegemónico, sino que penetró dentro de la misma izquierda. En el neoliberalismo, la batalla más importante que perdimos fue la batalla de las ideas.

La hegemonía neoliberal descalificó una cantidad enorme de categorías que dificultan la superación del capitalismo. El mayor drama histórico contemporáneo es el hecho de que el capitalismo revela sus límites claros, pero las condiciones de instauración de una sociedad socialista tuvieron un retroceso muy fuerte. En ese marco se reproduce un tiempo de inestabilidad, de turbulencias, hasta que se generen condiciones para la superación de la crisis hegemónica que vive el mundo contemporáneo.

Pensemos en las precondiciones del socialismo en términos de cultura socialista, en el sujeto de la clase trabajadora y otras categorías que son descalificadas, junto con las de planificación centralizada, las soluciones colectivas a los problemas, y sustituidas por otras, como las del consumo, la solución individual a los problemas, etc., que se han vuelto preponderantes.

Aún sin discutir la naturaleza de la sociedad china, si se mira hacia China, se ve expectativas de consumo, actitudes frente a la tecnología, mercantilización, etc., que son inducción no solo del capitalismo, sino del capitalismo estadounidense. Si miramos hacia las periferias de nuestras grandes ciudades, vemos a los jóvenes pobres ambicionando un consumo al estilo norteamericano, en el cual el *shopping center* es una utopía.

Disputa de sentidos

Retomando el tema, una prensa pública no debe ser solo una prensa de debate, sino también una prensa de construcción de nuevos valores, porque no hay otra forma de vida hoy día que dispute hegemonía con la forma de vida norteamericana. No era el modelo soviético, no son los evangélicos, ni los islámicos, quienes les pueden disputar hegemonía a los estadounidenses. Ellos penetran en el mundo prácticamente sin defensa, sin resistencia fuerte, no hay otra forma de sociabilidad que se les oponga con fuerza a nivel global y bastante también a nivel local.

Una prensa pública no debe sólo dedicarse a la información, al debate y a la construcción de valores, sino que debe dar una especial atención a los jóvenes pobres. Gran parte de nuestro futuro se está definiendo con esos jóvenes de la periferia de las grandes ciudades, que son la mayoría de la población y que no tienen futuro en el mercado capitalista, no son los consumidores de lujo del futuro, no son los obreros calificados del futuro, pero son la mayoría y que hoy día están abandonados a la ideología dominante, a las alternativas que les presentan el consumo, el evangelismo, el narcotráfico, etc.

Construir una prensa pública no es solamente incentivar el debate político, el debate formativo, es también dar espacios de construcción de

identidades diversificadas, de identidades autónomas que, en gran medida, se orienten hacia los jóvenes porque son aquellos que tienen más disponibilidad ideológica. La mayor demostración de la hegemonía ideológica del modo de vida norteamericano es cuando los pobres, los más masacrados y víctimas de la globalización neoliberal, asumen valores y expectativas que son las exportadas por Estados Unidos. Un objetivo central de una prensa pública es apoyar la construcción de sociabilidades alternativas, identidades alternativas, consensos alternativos en el marco de la construcción de una hegemonía alternativa a la neoliberal.

Termino diciendo que por donde avanza la Alternativa Bolivariana para las Américas es por aquellos países donde, de alguna manera, el neoliberalismo no logró enraizarse tanto, como son los casos de Venezuela, de Ecuador, de Bolivia. En este último país, por ejemplo, a pesar de haber tenido gobiernos neoliberales, la mayoría de su población no fue penetrada, mantuvo su forma de sociabilidad indígena, aún cuando emigró a la ciudad de El Alto mantuvo su forma de convivencia, de sociabilidad originaria. Esto posibilitó reconstituir sus valores, su identidad, y lograr construir un partido y ser hegemónicos hoy día en un proceso duro, de disputa, pero un proceso en que tiene perspectiva de batalla hegemónica.

Revertir la hegemonía neoliberal es un eje determinante de la lucha por el posneoliberalismo en América Latina hoy día y en esa lucha tiene un rol central la construcción de una prensa pública.