

Desafíos de la comunicación popular en la etapa pospandemia.

Por: Javier Tolcachier-FCINA. ESTRATEGIA.la. 07/08/2020

La pandemia generada por el Covid-19 ha atravesado a todas las sociedades y dejará una huella de la que solo contamos con primeros indicadores. Se ha debatido y escrito mucho sobre lo que puede suceder en esta etapa de fragilidad posterior al primer shock y en el momento en que el contagio y la mortalidad logren ser reducidos a una mínima expresión. La necesidad de respuestas a interrogantes preexistentes en el marco de una crisis general del sistema y de la incertidumbre en relación al mañana, es innegable.

En ese contexto, recogimos las voces de referentes de la comunicación popular de distintos lugares de América Latina y el Caribe consultando su opinión sobre el papel y las principales tareas de estos espacios en el período pospandemia.

Disputar el balance de la pandemia

Para Pablo Antonini, presidente del Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), “Lo que viene va a ser un escenario de reconstrucción social, económica para muchos sectores y personas, pero también de replanteo de la tan mentada “nueva normalidad”.

La pandemia salda muchos debates que ya estaban planteados, como por ejemplo la necesidad de contar con Estados fuertes, con sistemas que puedan contener a las personas, contar con sociedades que no queden libradas a la buena voluntad de los mercados en cuestiones tan importantes como la seguridad, la salud y la vida.

La comunicación popular, como ya estamos haciendo, va a tener mucho trabajo en dar esos debates y en visibilizar a las voces que los están planteando. En esta nueva fase de la sociedad pospandemia que nace, con esta experiencia encima, creo que se va a tener que trabajar en disputar el balance de la pandemia, ya que habrá quienes continúen insistiendo como conclusión en la necesidad de modelos más desiguales, el imperio de los negocios por sobre la vida y un montón de cuestiones derivadas. Frente a eso, los medios populares vamos a tener que estar dando los debates que siempre hemos dado e intentando que el balance que

parecería a primera vista lógico, realmente lo sea, porque sabemos que los grupos económicos, a través de sus medios y sus voceros son muy capaces de confundir y dar vuelta las cosas como han hecho históricamente.”

Producir contenidos centrados en la comunidad y movilizar a la población para hacer frente a los problemas

Desde Brasil, Renata Mielli, secretaria general del Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé y Coordinadora del Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), señaló:

“La pandemia del Coronavirus ha puesto de relieve muchos de los problemas estructurales de nuestra sociedad. En el ámbito de la salud, la educación, la vivienda, las profundas desigualdades económicas. Hemos visto cómo el déficit de acceso a Internet es un factor de segregación social, de exclusión de la población más vulnerable del acceso a otros derechos (educación a distancia, acceso a ingresos de emergencia, restricción para cumplir con el aislamiento social debido a la imposibilidad de acceso a la banda ancha fija, entre otros. La concentración económica que caracteriza el panorama de los medios de comunicación ha explicitado cómo la ausencia de diversidad y pluralidad repercute negativamente en el acceso a una información de calidad en un momento tan fundamental.

En este sentido, el desafío que se plantea a la comunicación popular es muy grande. Entre otras cuestiones, la de producir contenidos centrados en la comunidad, con información de interés público sobre la prestación de servicios públicos y otras cuestiones que no tienen visibilidad en los medios de comunicación principales, por ser de carácter local. La falta de vehículos populares y comunitarios que hagan efectivo el derecho a la comunicación dentro de las localidades es una realidad que debe ser transformada.”

Así pues uno de los retos de la comunicación popular -durante y después de la pandemia- es clarificar, producir contenidos que reflejen los problemas de cada comunidad y tratar de empoderar y movilizar a la población para hacer frente a esos problemas. Dar voz y visibilidad a la comunidad.”

Articular en los territorios con procesos organizativos y anti-hegemónicos desde una comprensión del mundo digital

Por su parte, el comunicólogo ecuatoriano Osvaldo León, director de la revista América Latina en Movimiento (ALAI), expresó: “Con la pandemia y el aumento vertiginoso del uso de Internet, asistimos a una mayor consolidación de las actividades económicas apuntaladas en plataformas que se sustentan en tal tecnología. En este marco se registra un reimpulso de las llamadas “redes sociales” cuyo encanto se estaba minando por temores de crímenes cibernéticos, bullying online, fake news, vigilancia por parte de empresas y gobiernos, etc.

En este reimpulso, un factor gravitante es el confinamiento que se establece para contrarrestar la pandemia, en la medida que dichas redes digitales capitalizan la valoración que paulatinamente ha adquirido la dimensión relacional de la comunicación, que implica reconocimiento, estima, etc. Pero más allá de un criterio instrumental, el hecho es que en tales plataformas digitales se la encuadra bajo los parámetros ideológicos predominantes pautados por el consumismo, la competitividad, el individualismo como valores de superación y residual convivencia social, bajo un ambiente altamente emotivo.

En los territorios, con la pandemia también se verifica una revalorización de la solidaridad, que va aparejada de procesos organizativos y la consiguiente disputa de sentidos. Y es ahí donde se articula la comunicación popular en tanto rescata las condiciones de producción y reproducción social del sentido, dando particular importancia a los procesos organizativos y de movilización, para la formulación de respuestas anti-hegemónicas. Lo cual hoy pasa por una debida comprensión del mundo digital.”

Exigir el cese del bloqueo, la democratización de la comunicación y el pleno acceso a la comunicación digitalizada

A su vez, Ámbar García Márquez, de ALBA TV, señaló desde Venezuela: “En la coyuntura global, diversas miradas sobre el desarrollo de la pandemia generada por la expansión del COVID19, sus razones estructurales y el devenir civilizatorio pospandemia, han enriquecido las reflexiones emprendidas en las diversas esferas que hacen posible la reproducción digna de la vida. La esfera de la comunicación como derecho humano fundamental no ha estado excluida de ello.

En el contexto del confinamiento preventivo, se ha vuelto inherente la relación entre la comunicación y las telecomunicaciones como herramientas para el pleno ejercicio

de dicho derecho. Con la promoción de la teleeducación y el teletrabajo, la posibilidad de garantizar estos tres derechos fundamentales (comunicación, educación y trabajo) pasa por los avances (o no), que se hayan alcanzado en materia de democratización de la comunicación de los medios televisivos y radiales de propiedad pública o comunitarios usados para dar continuidad a los programas educativos en la etapa básica y media.

En la misma dimensión de importancia están los avances alcanzados en el acceso a las TIC'S y a la internet para la mayoría de los sectores de educación universitaria y de trabajadoras y trabajadores. Sin embargo, donde no hay acceso a la digitalización de la comunicación, ¿hay posibilidades de acceso a estos derechos universales?

En el caso de Venezuela, a esta mirada se le suman las reflexiones de vivir la pandemia con un bloqueo financiero y comercial instrumentalizado desde el mes de marzo del año 2015 a través de una serie de medidas coercitivas unilaterales por parte del gobierno de los Estados Unidos contra la República Bolivariana de Venezuela, afectando de forma directa la capacidad de inversión y mantenimiento de la infraestructura para el suministro de servicios básicos.

Este escenario se ha visto recrudecido desde el mes de marzo del año 2019 con el ataque al Sistema Eléctrico Nacional que generó un colapso generalizado del mismo que se extendió por varias semanas y que implica, aún, el suministro no constante de energía eléctrica en el país y con ello de acceso a las telecomunicaciones, internet y otros servicios asociados, lo cual impide la posibilidad real de garantizar el acceso universal a los derechos antes enunciados.

En pleno escenario de pandemia, la transnacional de la comunicación AT&T, a través de su empresa DIRECTV (propietarias junto a Warner Media de la agencia de noticias CNN), principal plataforma de acceso a medios en el territorio venezolano, emprendió una liquidación y retiro de la corporación del territorio nacional en un lapso inédito de 7 días, generando incumplimientos masivos de sus cláusulas de contratación con sus clientes y con la población de trabajadores, que en el marco de la pandemia tenía inamovilidad laboral por decreto presidencial.

Las consecuencias de tales acciones, aún en desarrollo, con demandas colectiva por parte de los usuarios y usuarias e investigaciones penales por parte de la justicia, expusieron con absoluta claridad que hay debates fundamentales e

impostergables. El de la concentración mediática, es uno de ellos.

Cualquier derecho universal en un escenario pospandemia debe plantearse desde el cese de las medidas coercitivas unilaterales como formas de hacer política internacional que limita de forma directa el pleno ejercicio de derechos fundamentales. Y el de la comunicación, conduce específicamente a fortalecer las iniciativas de exigibilidad por la democratización de la comunicación y de superar transcurrida la pandemia las formas de exclusión de acceso a derechos por la no accesibilidad a la comunicación digitalizada, que permitan poner de nuevo en el centro el debate y la mirada en los medios como herramientas de interés público. ¿Seguiremos relegando estos debates en el escenario de pospandemia?

Sobre el rol de los medios y periodistas populares en la pospandemia

Leonel Herrera Lemus, desde la experiencia de la Asociación de Radiodifusión Participativa de El Salvador (ARPAS) y la Asociación Latinoamericana de Educación y Comunicación Popular (ALER), apunta cuatro ejes:

“1. Asegurar la pertinencia y veracidad de la información, el análisis y las opiniones que publicamos; frente a la vorágine de información falsa (desinformación) y versiones distorsionadas de la realidad difundidas en redes y plataformas digitales, medios tradicionales e incluso, en casos como El Salvador o Brasil, contenidas en las propias narrativas gubernamentales. En este sentido, los medios y periodistas comunitarios y populares tenemos el desafío de la rigurosidad del método, la ética y la función periodística que -según el profesor español Lorenzo Gomis- es “proporcionar a la ciudadanía la información que necesita para comprender su realidad y transformarla” (y que hasta el fundador del periodismo estadounidense Joseph Pulitzer dijo que es “defender la democracia, denunciar las injusticias y combatir a los demagogos”).

2. El ejercicio de lo que, siguiendo la lógica de la “sociología de las ausencias” del portugués Boaventura de Souza Santos, podemos llamar “periodismo de lo ausente”. Esto significa que, frente a la agenda y los enfoques dominantes en los medios hegemónicos, los periodistas y medios populares debemos proyectar una agenda alternativa que incorpore aquellos temas que no son de interés y por tanto no tienen espacio en la prensa tradicional o corporativa, dando especial relevancia a los temas relacionados con luchas reivindicativas y demandas de las organizaciones populares, movimientos sociales, pueblos originarios e incorporando los enfoques

feministas, ambientalistas, etc.

3. Crear o fortalecer junto con los movimientos sociales lo que Ignacio Ramonet llamó “el poder ciudadano” frente al “súper poder” formado por los grandes medios (y redes sociales comerciales), las élites políticas conservadoras y las corporaciones. Frente a esa “bestia de tres cabezas”, como la llama el periodista franco-español, medios populares y organizaciones ciudadanas debemos plantarnos en un frente común instalando observatorios de medios y promoviendo la democratización de los modelos de medios tradicionales y de las redes y plataformas digitales.

4. Promover alternativas al modelo de desarrollo capitalista neoliberal imperante que, si queremos asegurar la continuidad de la vida en la post-pandemia, debe ser desmontado. Los medios y periodistas populares debemos aportar a la construcción de un nuevo o nuevos modelos necesarios, retomando -por ejemplo- la cosmovisión de los pueblos andino-amazónicos “y su perspectiva del “Buen Vivir”), los valores del humanismo (y sus propuestas “neosocialistas” o “neocomunistas”) o la perspectiva de justicia social desde el “evangelio progresista” en el que militó el Arzobispo mártir y ahora Santo salvadoreño Óscar Arnulfo Romero y que tiene un eco importante con el actual Papa.”

Más allá de que el dolor y las dificultades sociales producidas por la pandemia están demasiado presentes todavía en la región, estas reflexiones comprometidas aportan a debates ineludibles para los colectivos de comunicación popular de América Latina y el Caribe.

Queda a las claras que la democracia y la emancipación continúan siendo restringidas y bloqueadas, toda vez que la subjetividad sufre los intentos de control y manipulación por parte del mezquino interés de los monopolios, tanto en el campo de los medios de comunicación como en la crecientemente dominante esfera digital.

Más allá de las distintas lecturas e hipótesis planteadas, las aspiraciones y el protagonismo del colectivo social, amplificado a través de los medios populares, serán decisivos, como en cada bifurcación de la historia, para dirimir las condiciones en las que se quiere vivir.

**Investigador del Centro Mundial de Estudios Humanistas y comunicador en agencia de noticias Pressenza, coordinador del Foro de Comunicación para la Integración de Nuestramérica.*

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: ESTRATEGIA. la.

Fecha de creación

2020/08/07