



Pablo Escandón

En mayo de 2009, la Cátedra Unesco de Comunicación, de la Universidad Metodista de Sao Paulo, convocó al CELACOM, en Marília, Brasil, donde el director del CIESPAL expuso acerca del nuevo quinquenio de la institución.

Hacia una nueva gestión del CIESPAL¹

Fernando Checa Montúfar

Ecuatoriano, investigador, docente universitario y director general del CIESPAL.
fchecha@ciespal.net

Hace unos cuantos años, en la hermosa Quito, CIESPAL era nuestra casa principal, hogar de hogares, lugar de encuentro, espacio para no perder el rumbo y compartir las ideas. CIESPAL era una fiesta. En ese imponente edificio nacieron y vivieron encuentros, talleres, festivales. Radioapasionados y televisionarios

Porque la comunicación es un derecho, CIESPAL entrega la palabra a la ciudadanía para que todos los sectores hablen, sean vistos y sean escuchados, esa es la democracia.

de todas partes de América Latina y el mundo pasamos por esos salones y auditorios. Muchas y muchos leímos la legendaria Chasqui y algunos hasta pudimos publicar alguna que otra idea. Aprendimos, enseñamos, nos hicimos amigos. Crecimos. Luego algo sucedió. De pronto todas esas ilusiones y parte de las realidades se fueron desvaneciendo. Lo sembrado se cosechó pero ya no hubo más siembras, al menos no tan conocidas e incidentes como nos habíamos acostumbrado a tener.

Ernesto Lamas,
Coordinador Regional de AMARC AL²

Efectivamente, el Ciespal era una fiesta. Fiesta de conocimientos, propuestas, talleres, producciones, que se fue desvaneciendo. Ese espacio fermental de la siembra nos proponemos restablecer, con este sentido hacemos las reflexiones y propuestas que a continuación vienen.

Principio fundamental

Democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. Esto significa que la ciudadanía tengan la posibilidad real de ejercer plenamente la comunicación como un derecho, de consolidar una ampliación y democratización de la “esfera pública” como condición indispensable para superar las exclusiones de todo orden y fortalecer la democracia. Contribuir a esa democratización será propósito central de la nueva gestión.

Y todo esto tiene complejas implicaciones en los diferentes procesos comunicacionales que adquieren sentido en la medida en que **se mira la comunicación desde la cultura** y cómo estas dos dimensiones de lo social se consubstancian.

1 Ponencia presentada en el CELACOM 2009, XIII Coloquio Internacional sobre la Escuela Latinoamericana de Comunicación, realizado en Marília, Estado de Sao Paulo, Brasil, entre el 20 y 22 de mayo de 2009.

2 Citado por Luis Dávila Loo, “Al fin un cambio en CIESPAL”. En: Revista Capital, No. 19, Quito, abril de 2009, pp. 76-77.

La comunicación es una dimensión central de las sociedades actuales y de la democracia. De la *ciudad letrada*, de Ángel Rama, hemos pasado a la “ciudad mediática” o, en palabras de Verón, a la *sociedad mediatizada*. En este contexto, la información y los procesos de comunicación son crecientemente importantes para mejorar la calidad de vida y para profundizar la democracia, siempre y cuando esos procesos sean inclusivos, plurales, horizontales, dialógicos; es decir, que promuevan una auténtica CO-MU-NI-CA-CIÓN, donde los individuos puedan expresarse, dialogar en igualdad de condiciones, puedan ejercer con plenitud la comunicación como un derecho. Y esto implica que este derecho no es exclusivamente de periodistas, medios y comunicadores, sino de TODOS LOS CIUDADANOS. Implica también considerar que comunicación e información son bienes públicos; por tanto, sujetos al control social, incluso de los medios privados, a través de veedurías u observatorios de medios, entre otros mecanismos.

En este contexto, un tema fundamental es la participación ciudadana como eje vertebrador de esa democratización y que permita llegar a lo que Jesús Martín-Barbero denomina la **ciudadanía comunicativa**:

*lo propio de la ciudadanía hoy es el hallarse asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa (...) en la desposesión del **derecho a ser visto y oído**, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como colectivo, en el de las mayorías como de las minorías.*³

3 Jesús Martín Barbero, “Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”. En: Claves de Debate, Guadalajara, ITESO, 2001; cit. por Rosalía Winocur: 96 – 97.

Es decir, una ciudadanía que se caracteriza por permitir que el ciudadano vea, lea, oiga críticamente, pero también que sea visto, leído, oído, tan plural y masivamente como sea posible. Este es un concepto amplio que tiene muchas implicaciones en las dos dimensiones planteadas.

Por un lado, ver, oír, leer; es decir, acceder a un pluralidad de voces, lo cual implica necesariamente una democratización de la oferta mediática. Pero no habrá que garantizar solo ese acceso, sino optimizarlo. Y aquí el fomento de la lectura crítica y el desarrollo de procesos de educomunicación son fundamentales.

En la dimensión **ser visto, ser oído, ser leído** habrá que poner mucho empeño pues implica la democratización de la propiedad de los medios: defendemos el derecho a la existencia de los medios privados, pero también y equitativamente de los comunitarios, ciudadanos, públicos. Es importante contribuir no a “dar voz a los que no la tienen”, pues todos la tienen, sino a amplificar,



Los investigadores ecuatorianos se reúnen en CIESPAL para compartir sus estudios.

difundir masivamente y democratizar la palabra.

Nuestra propuesta apunta a constituir y fortalecer la ciudadanía comunicativa, la comunicación concebida y ejercida como un derecho pleno, considerando sus distintos niveles o grados, cuya especificidad demanda acciones y estrategias particulares aunque interconectadas. María Cristina Mata establece cuatro categorías al respecto que delimitan espacios y acciones e implican estrategias diferenciadas.

1. **Ciudadanía comunicativa formal:** el reconocimiento de los derechos a la información y comunicación en disposiciones jurídicas. En Ecuador trabajamos, con diversas organizaciones ciudadanas, académicas, gremiales, populares, etc.; en un proyecto de ley de comunicación cuyo principio y eje articulador es la comunicación como derecho.
2. **Ciudadanía comunicativa reconocida:** es el conocimiento o conciencia que tienen los individuos sobre esos derechos, es la ciudadanía comunicativa como “referente identitario”. La promoción de este principio y otros elementos articuladores de esa propuesta será una constante en la nueva gestión.
3. **Ciudadanía comunicativa ejercida:** es el desarrollo de “prácticas sociales reivindicatorias de esos derechos, en pos de su vigencia y/o ampliación”, es “la conciencia práctica”. En este sentido, generar y fortalecer prácticas informativas y comunicacionales ciudadanas será principio clave en nuestras actividades.
4. **Ciudadanía comunicativa ideal:** enmarca todas las propuestas que trazan el camino para alcanzar la utopía de la democratización de la comunicación para democratizar la sociedad. Nuestras acciones serán pensando en contribuir a esa gran meta.

Todo esto implica trabajar en la especificidad de cada tipo de ciudadanía y en las condiciones objetivas y subjetivas para su ejercicio. En las primeras se encuentran las políticas y disposiciones jurídicas vigentes y que se están proponiendo; las

lógicas informativas y comunicacionales hegemónicas, pero también las contrahegemónicas, para potenciarlas; las prácticas y movimientos sociales que buscan fortalecer esos derechos. En las segundas, están los significados al respecto; las representaciones e imaginarios acerca del derecho a la comunicación; las motivaciones y las expectativas ciudadanas en torno a él.

Democratizar la comunicación, entonces, para democratizar la sociedad con participación ciudadana. Este principio fundamental articula las líneas de acción o componentes siguientes que, en el mediano y largo plazo, permitirán que el CIESPAL contribuya a esa utopía.

Investigación

Planteamos una investigación que enriquezca un saber y un pensar críticos sobre la comunicación y sus estrechas relaciones con la sociedad y la cultura; que genere conocimientos desde el rigor científico y profundice el debate, que permita avanzar hacia la constitución de una comunidad cognoscitiva. Esto implica insertarnos más activamente en organizaciones de investigación como ALAIC. Como paso previo, estamos contribuyendo a formar, establecer y consolidar una necesaria **comunidad nacional de investigación de la comunicación**, auspiciamos en octubre la constitución de la Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación (SEICOM).

Será necesario desarrollar investigaciones sobre las fases de producción, circulación y consumo de diferentes procesos comunicacionales y en contextos nacionales e internacionales. Investigar la “densidad simbólica y cultural” de la tecnología (Martín-Barbero) que dinamizan “multitudes inteligentes” (Howard Reinghold). O las formas desinstitucionalizadas de hacer política que practican diversas tribus urbanas o la biopolítica del consumo articulada de manera eficiente sobre todo por las industrias culturales u otras manifestaciones.

Un proyecto ya en ejecución es la **Veeduría de medios**. Frente al poder de los medios y la

necesidad de controlarlos, hay tres posibilidades: regulaciones desde el Estado, autorregulación y observatorios, veedurías o controles ciudadanos. Optamos por esta última opción, desde una perspectiva constructiva, propositiva, no estigmatizadora. La Veeduría tiene 3 características: es crítica y rigurosa, propositiva para los medios y para la ciudadanía y completamente independiente de poderes políticos, económicos, empresariales, etc. La veeduría contribuirá a que los medios sean verdaderamente de **servicio público**.

Un aspecto importante es que, partir de los análisis correspondientes, se generan espacios de reflexión para socializar los resultados y contribuir al enriquecimiento del ejercicio periodístico de los propios medios, a la optimización de otros procesos comunicacionales y a la educación de las audiencias en torno a sus consumos mediáticos. Serán frecuentes los foros de discusión para concretar ese carácter participativo en la crítica, potenciar la veeduría como espacio de formación académica y ciudadana para la investigación y la lectura crítica de la oferta mediática.⁴

La Veeduría de medios que lleva a cabo CIESPAL es propositiva, pues no revela las falencias del oficio periodístico, únicamente, sino que desde el análisis académico y profesional se entrega una propuesta para mejorar la actividad.

Como resultado de las actividades ya iniciadas en la Veeduría, dos productos se están concretando. El uno es el periódico digital Mediaciones (www.ciespal.net/mediaciones) en el que publicamos los diversos análisis que realizamos. El

⁴ En la sección Veeduría de nuestro portal institucional (www.ciespal.net) se detallan sus acciones.

Otro es un programa de TV de crítica de medios que ofrecerá, en 30 minutos, contenidos, reflexiones y propuestas desde la perspectiva de las audiencias y del análisis del discurso.

Formación Profesional

El CIESPAL fue también referente en la formación académica de los comunicadores en América Latina; su aporte a la capacitación de profesionales y trabajadores de la comunicación fue reconocido internacionalmente. Fueron importantes para los periodistas, profesores universitarios y productores de radio y TV los talleres que se realizaban en Quito bajo el auspicio de Radio Nederland de Holanda y la FES de Alemania, respectivamente. O los talleres de investigación, planificación y políticas nacionales de comunicación. Esto vamos a retomar, actualizar y enriquecer, para incentivar y desarrollar espacios presenciales y virtuales de reflexión y debate en todo lo concerniente al multifacético mundo de la comunicación.

En el ámbito nacional, nos proponemos regresar a las universidades con temas como Investigación y planificación de la comunicación, Políticas públicas de comunicación en el marco de los nuevos contextos y retos del siglo XXI; Pedagogía de la comunicación; Derechos a la información y a la comunicación; TIC y gestión del conocimiento (producción, circulación, consumo). A los espacios de copresencia se le sumará una plataforma virtual que nos acerque al *e-learning*. Además, dos propuestas nuevas y muy necesarias: posgrados y capacitación ciudadana.

Posgrados. Nuestra propuesta apunta a inaugurar un doctorado, una maestría y un



La formación profesional es una actividad fundamental que se verá complementada con los proyectos de posgrado que se están organizando.

diplomado. El primero será el resultado de un diagnóstico de necesidades y de alianzas con universidades e instituciones iberoamericanas, queremos que sea algo paradigmático en América Latina y un referente en el mundo de la comunicación.

La maestría y el diplomado serán de carácter nacional. La primera se desarrollará en la perspectiva de mejorar la formación universitaria en comunicación y, considerando la cantidad de profesores que en esta área hay en el país, creemos que una maestría en "Investigación y pedagogía de la comunicación" despertará mucho interés y empezará a satisfacer una necesidad básica.

Otro tema importante para un posgrado es el periodismo. Nuestro interés es trabajar también con los medios privados, con énfasis en los de provincias. Tenemos ya elaborada una propuesta para un diplomado de periodismo dirigido a

periodistas de medios, especialmente a los radicados en provincias.

Por último, en el ámbito de la capacitación, con la FELAFACS estamos desarrollando la Cátedra Itinerante de Integración, con el auspicio de la CAN, denominada "Los medios y la invención del otro: mecanismos simbólicos de la integración". Aplica una metodología de análisis del discurso mediático sobre el otro (inmigrantes, refugiados, afrodescendientes, indígenas, etc.) para trabajarla con profesores universitarios y ellos, luego, con sus alumnos de comunicación.

Capacitación ciudadana. En el marco del principio fundamental de democratizar la

comunicación y generar una ciudadanía comunicativa, en las actividades de capacitación se considera también a los ciudadanos. Estamos desarrollando una estrategia para la **formación de audiencias activas, críticas y creativas**. La propuesta es empezar con el desarrollo y validación de metodologías y técnicas de lectura crítica efectivas y adecuadas a varios públicos y tipos de mensajes. Este conocimiento será transferido a capacitadores quienes serán los encargados de reproducirlos en sus espacios de incidencia. Uno de los objetivos de esta estrategia es que esas metodologías se incorporen al programa regular de estudios de escuelas, colegios y universidades, y a la práctica cotidiana de organizaciones ciudadanas.

Producción audiovisual y editorial

También nos proponemos fortalecer la producción de materiales audiovisuales e impresos, volver a la institución un centro de producción y capacitación que responda a las necesidades de programación de medios públicos y comunitarios.

La radio sigue siendo un medio muy importante para muchos colectivos y para la mayoría en determinados horarios y escenarios. Por ello, es necesario no menospreciar la producción radiofónica y considerarla parte de la estrategia de producción.

También es preciso potenciar la producción audiovisual, más aún hoy que por Ecuador cuenta con canales públicos que deben ser fortalecidos, con una red de canales locales y regionales que tienen necesidad de una producción diferente y de calidad, y que en América Latina también se están fortaleciendo este tipo de medios.

La producción debe contribuir a disponer de una TV más ciudadana, orientada a mejorar la calidad de vida.



Lange Posso

La producción audiovisual es una de las fortalezas institucionales que se está recuperando para democratizar el espectro en la televisión nacional y regional.

Esto implica recuperar y renovar formatos y géneros desde el ejercicio ciudadano, potenciar espacios para voces múltiples, más allá de los comunicadores tradicionales, y desde la percepción ciudadana. Implica también establecer alianzas estratégicas con canales, emisoras, centros de producción y redes nacionales e internacionales (por ejemplo con Televisión de América Latina – TAL–con la que ya estamos trabajando), para la coproducción, intercambio de experiencias y distribución.

Aquí, la investigación es fundamental pues no se trata solo de producir, sino también de conocer si las producciones empatan con las expectativas, las estéticas, los gustos, las necesidades de los públicos; si contribuyen a una “ciudadanía televisiva”, si hay una conexión necesaria entre la producción y el consumo.


Una línea importante del CIESPAL es la producción editorial: más de 300 títulos publicados⁵ y alrededor de 130 números de su revista *Chasqui*. Nuestra propuesta es fortalecer esta producción; *Chasqui* debe recuperar su condición de revista académica paradigmática incluso fuera de las fronteras latinoamericanas. Para ello se constituirá un Consejo Editorial que asesore. Se fortalecerá la digitalización de los contenidos para difundirlos por la red. En este sentido también estamos optimizando el portal institucional con la creación de espacios multimedia. Por último, estamos conversando con colegas de México y Brasil para imprimir la revista en esos países y fortalecer su presencia regional, esta es una iniciativa que ojalá se amplíe a otros países.

Un aspecto fundamental es el **rol que la investigación** debe jugar en la producción, en dos sentidos: primero, proporcionando los insumos necesarios para que la producción responda a los propósitos que se plantea y a las reales expectativas de los públicos y, segundo, para validar los productos y conocer cómo estos son decodificados por audiencias específicas. Desde luego, la

Para la historia: el primer libro de Jesús Martín-Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder*, fue publicado en el Ciespal, así como la primera edición en castellano de *Psicología de la comunicación* de Gerhard Maletzke y obras de Wilbur Schramm, J. Dumazedier, J. Kayser..

investigación también debe ser elemento importante para enriquecer el acervo editorial y las páginas de *Chasqui*.

Alianzas

Todo esto se potencia con la gestión y consolidación de alianzas con todas aquellas instituciones nacionales e internacionales que trabajan en el campo de la comunicación y la cultura, para desarrollar actividades conjuntas y de mutuo beneficio. Es importante buscar proyección y compartir esfuerzos y experiencias con otros centros de investigación, universidades, observatorios, instituciones y asociaciones académicas, para construir y consolidar esa “comunidad del conocimiento” y aunar esfuerzos en procura de los cambios que buscamos en los medios y en los diferentes procesos comunicacionales. Esta es una invitación abierta con la que esperamos, como ya sucede con algunas instituciones de la región, que nos fortalezca mutuamente, y encauce propuestas que enriquezcan estos planteamientos y la utopía que los anima. 

Referencias:

- Alfaro, Rosa María. *Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos ¿Una nueva conciencia crítica o una ruta de cambio?* Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y A.C.S Calandria, diciembre de 2005. Véase www.calandria.org
- Dávila Loor, Luis. “Al fin un cambio en CIESPAL”. En: *Revista Capital*, No. 19, Quito, abril de 2009, pp. 76-77.
- Marques de Melo, José. *Entre el saber y el poder*. México: Unesco, Comité Regional Norte, 2007.
- Marques de Melo, José y Gobbi, María Cristina. *Génesis do pensamento comunicacional latinoamericano. O protagonismo das institucoes pioneiras CIESPAL, ICINFORM, ININCO*. Sao Paulo: Universidade Metodista-UNESCO, 1993.
- Mata, María Cristina. *Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3FES, Bogotá, 2005. www.c3fes.org, consultado el 30 de abril de 2009.