



La mirada como oficio: condiciones y desafíos del observatorio de comunicación y ciudadanía

MARÍA LILIANA CÓRDOBA
SUSANA MARÍA MORALES

Recibido: 17/05/10
Aceptado: 30/08/10

María Liliana Córdoba.

Especialista en Investigación de la Comunicación. Docente investigadora, integrante del Observatorio de Comunicación y Ciudadanía. UNC-CONICET.

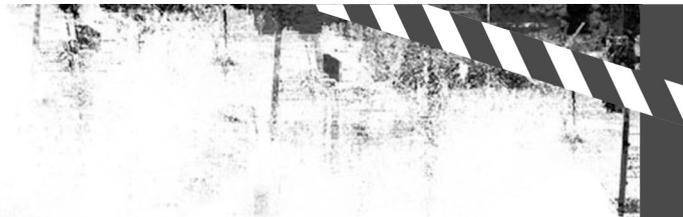
Susana María Morales.

Especialista en Investigación de la Comunicación. Docente investigadora, integrante del Observatorio de Comunicación y Ciudadanía. UNC-CONICET.
E-mail: susanamorales@gmail.com

Intersecciones en Comunicación 4:
Pag. 71-97







LA MIRADA COMO OFICIO: CONDICIONES Y DESAFÍOS DEL OBSERVATORIO DE COMUNICACIÓN Y CIUDADANÍA

María Liliana Córdoba y Susana María Morales

RESUMEN

En este artículo se presentarán los resultados de las actividades del Proyecto *Los Jóvenes miran a los medios* desarrolladas por el Observatorio de Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba.

Este proyecto se desarrolló en un contexto específico, la discusión y posterior presentación al Congreso de la Nación del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que puso de relieve una situación inédita: el debate público sobre los medios masivos de comunicación. Estos medios que tienen la particularidad de constituir una zona de la vida social que mientras tiene una presencia permanente y rutinaria en la vida cotidiana, constituye a la vez uno de los ámbitos de profundo desconocimiento por parte de la población respecto de sus formas de regulación y funcionamiento.

Así, frente a un escenario de enorme naturalización del actual sistema mediático este proyecto articuló tres tipos de actividades: el monitoreo de medios sobre la discusión previa a la presentación del Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, la consulta ciudadana *iTele: cómo te queremos!* sobre la relación de los jóvenes con esos medios y grupos de discusión con jóvenes de colegios secundarios de la ciudad de Córdoba, como aportes a la apropiación y ampliación de los derechos a la comunicación y la información frente al actual debate que existe en nuestro país.

A través de la reflexión en torno a esta experiencia, se presentarán las discusiones sobre las perspectivas y fundamentos del Observa-



torio. La articulación entre comunicación y ciudadanía plantea una serie de condiciones, posibilidades y desafíos, para quienes pretendemos intervenir en la compleja relación entre organización social del poder y visibilidad.

Palabras clave: Comunicación – ciudadanía - medios.

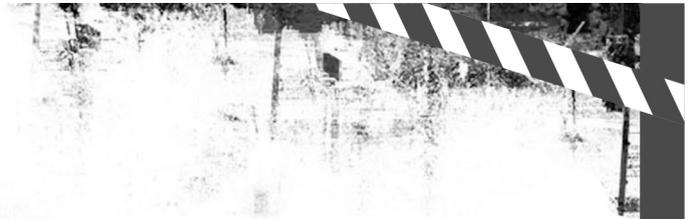
ABSTRACT

WATCHING AS A TRADE: THE CONDITIONS AND CHALLENGES POSED BY THE COMMUNICATION AND CITIZENSHIP OBSERVATORY. This article shows the conclusions reached by the Youngsters watch media Project activities conducted by the Communication and Citizenship Observatory for the Center of Advance Studies, National University of Cordoba.

This project was developed under a specific context; it involved the discussion of the Bill of Audiovisual Media Services and its subsequent presentation to the National Congress, which highlighted an unprecedented situation: a public debate about mass media. The media, characterized by the constitution of a part of the social life, that is always present in daily life routine; the media which represents, at the same time, one of the fields that population deep ignore regarding its regulation and functioning.

In this way, witnessing the significant legitimacy of the actual media system scenario, this project drew together three types of activities: media monitoring concerning previous discussions to the presentation of the Bill of Audiovisual Media Services; citizen consultation "TV: how we love ya!" about youngster's relationship with the media; and high school discussion groups with teenagers of Cordoba City, being contributions to the appropriation and broadening of communication and information rights in the current debate existing in our country.

Throughout the study of this experience, discussions are presented about the perspectives and the research grounds of the Study Center.



The articulation between media and population sets out a series of conditions, possibilities and challenges to those who pretend to take part in the complex relationship between the power of the social organization and visibility.

Keywords: Communication – citizenship – media.

INTRODUCCIÓN

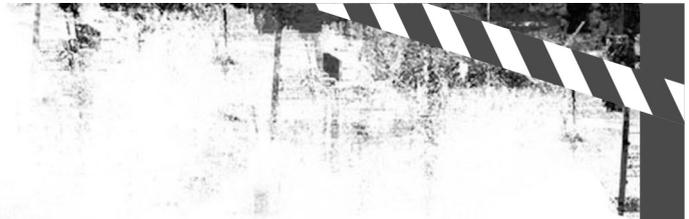
El Observatorio del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba¹ desarrolla sus actividades adecuando los objetivos y actividades genéricas de los observatorios de medios (el monitoreo mediático y el mapeo de la estructura de propiedad) a una realidad local compleja, en la que se articulan al menos dos procesos. Por un lado, la existencia de profundos niveles de desinformación y desigualdades expresivas, con las consecuencias que ello tiene limitando la acción ciudadana, tanto en términos reivindicativos como propositivos; tanto en relación con el control de la gestión gubernamental como en relación con la participación activa en la deliberación pública y la toma de decisiones. Por otro lado, la naturalización del funcionamiento actual del sistema de medios masivos por parte de la ciudadanía, lo cual exime a los medios de su enorme responsabilidad en la configuración de ese escenario de desigualdades. Por esto, los trabajos de este Observatorio se han propuesto desbordar las labores descriptivas de los observatorios generando acciones que buscan incidir en la reversión de esas desigualdades expresivas e informativas en el ámbito local. Los procesos de monitoreo mediático son articulados con actividades destinadas a organizaciones de la sociedad civil, instituciones responsables de formulación de políticas públicas y a los propios medios y sus trabajadores.

El Observatorio comenzó su labor en el contexto de debate sobre la Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina². En el mensaje inaugural del período ordinario de sesiones del



Congreso de la Nación Argentina, en marzo del año 2009, la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunciaba el envío del proyecto asegurando: “Queremos saldar una vieja deuda de la democracia”. De este modo, y con la consigna *Una ley para que hablemos todos*, el gobierno lanzó su campaña de difusión e información pública del proyecto. Tal consigna presupone un reconocimiento: que no todos tenemos las mismas posibilidades de hablar, de decir, de expresar, en el sistema de medios existente. Y según lo indican nuestras propias investigaciones, esta no es solo una creencia gubernamental sino que también está presente entre ciudadanos y ciudadanas³. Sin embargo, la consigna gubernamental asevera, también, que una ley permitirá revertir esas desigualdades. Y esta segunda afirmación es la que ha resultado, en cambio, sumamente oscura para la ciudadanía. Los resultados de las investigaciones realizadas por el Programa de Comunicación y Ciudadanía ofrecen constataciones empíricas que favorecen la comprensión de esta situación: junto al reconocimiento, por parte de la ciudadanía, de profundas desigualdades expresivas e informativas en nuestra sociedad, coexiste la naturalización absoluta del funcionamiento del sistema de medios lo cual provoca, entre otras consecuencias, la desresponsabilización de estas instituciones en la configuración de ese mapa de desigualdades. Esta paradoja plantea las adversas condiciones culturales y políticas a las que se enfrenta cualquier intento de proponer y promulgar una nueva ley que afectará a los medios existentes en tanto ella apuntaba, precisamente, a controlar a aquel poder que quedaba oculto tras los demás.

El proyecto “Los jóvenes miran a los medios” fue elaborado y ejecutado durante el año 2009 y se propuso, en ese contexto, la realización de distintas actividades que tenían por objetivo ampliar el debate público en torno al proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, no en sus aspectos formales, sino en relación a los temas y problemas de interés general que el mismo aborda. Una ley para que hablemos todos requería ser, desde nuestra perspectiva, una ley de la que hablemos todos. Para ello, se elaboró un conjunto articulado de actividades, recursos didácticos y materiales de apoyo



que emprenden la temática de los medios masivos de comunicación en la actualidad, su rol como productores de cultura, su carácter de actores políticos y económicos, y la importancia de su regulación en un contexto democrático, para trabajar en escuelas de nivel medio, públicas y privadas, de la ciudad de Córdoba, Argentina. El proyecto constituye, en este sentido, una experiencia de trabajo en la cual se articulan las tareas de observación y monitoreo de medios junto con la discusión pública de los derechos a la comunicación de los jóvenes, poniendo en común elementos para el debate y recuperando su palabra sobre su experiencia con los medios.

Fueron realizados veinticinco talleres con trescientos cincuenta jóvenes de escuelas secundarias de la ciudad de Córdoba, de estratos sociales y culturales diversos. Los talleres se realizaron en horas de clase, con un trabajo conjunto de los docentes y miembros del Programa de Comunicación y Ciudadanía.

LOS MEDIOS, EL PODER, LA MIRADA

En el libro *Los media y la modernidad*, John Thompson (1998) plantea que una de las características centrales de las transformaciones de la vida moderna, tiene que ver con el desarrollo e impacto de los medios masivos de comunicación, que configurados como instituciones económicas, reestructuran la organización social del poder simbólico. Para este autor, esas transformaciones no han sido debidamente revisadas para comprender las nuevas formas de acción e interacción en la sociedad y nuevos modos de ejercer el poder.

En este intento resituar el lugar de los medios en la vida moderna, se distancia de dos tesis que atraviesan la teoría filosófica y social actual. Por un lado, discute la tesis habermasiana sobre la refeudalización de la esfera pública vinculada a la actual política mediática y su preocupación por cultivar un aura personal más que el debate crítico: para Thompson, el desarrollo de los medios ha creado nuevas formas de interacción y visibilidad que alteran el carácter simbólico de la vida social tan profundamente que cualquier comparación con

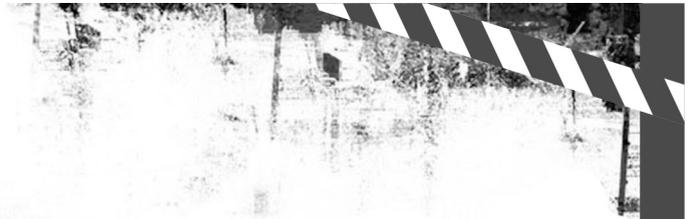


las prácticas teatrales feudales es, cuanto menos, superficial. Por otro lado, también discute la tesis foucaultiana sobre la organización del poder en la sociedad moderna y su fluctuante relación entre poder y visibilidad. La sugerencia de que el panóptico ofrece un modelo generalizable sobre el ejercicio del poder en las sociedades modernas –sin desconocer los alcances y complejidades respecto de la creación de sociedades disciplinarias–, no permitiría reconocer que la comunicación mediática establece una relación entre poder y visibilidad completamente diferente: puede volver visible para muchos información sobre unos pocos, pero a diferencia del antiguo régimen, está separada del hecho de compartir un lugar común y genera un nuevo campo de visión que va más allá de lo cotidiano. Este tipo de propiedad pública creada centralmente por la televisión, modificaría sustancialmente el ejercicio del poder.

Para nosotras, lo importante de esta discusión tiene que ver con que habilita problematizar esta relación entre poder y visibilidad en un contexto como el nuestro, atravesado por profundos debates sobre el lugar de los medios en la vida social que exceden por primera vez los debates académicos. En este sentido, creemos que reflexionar en torno a la experiencia desarrollada por el Observatorio de Comunicación y Ciudadanía, supone no sólo reconocer las transformaciones respecto de la direccionalidad de la mirada, sino sobre todo, que existe una mirada que mira sin ser vista.

Esta mirada, fue analizada siempre desde una perspectiva de la recepción: en particular, Thompson plantea a la recepción como una actividad, un proceso hermenéutico, situado y rutinario. Sin embargo, para nosotras, junto [más allá] con el reconocimiento de los procesos de recepción, toma cuerpo una discusión vinculada a la ciudadanía y al espacio público: esto es, la necesidad de situarse en la tensión entre dos formas de la subjetividad contemporánea que involucran reconocimientos, contratos y aceptaciones, así como reclamos, reivindicaciones y derechos: la de públicos y la de ciudadanos.

La mirada de los públicos, por un lado, está asociada a la imposible exterioridad frente a eso que llamamos mediatización. Una mi-



rada que involucra contratos, rutinas, usos (emocionales, racionales, informativos, etc.), gustos, estéticas, modelaciones culturales. Por otro lado, la mirada ciudadana hace referencia a la constitución de sujetos de acción y reivindicación frente a un poder; en este caso, el poder de representación, nominación e información del que se apropian los medios en nuestras sociedades.

En la tensión que se entabla entre ambas miradas, postulamos, podrán formularse preguntas de investigación e intervenciones culturales/comunicativas que no resulten ajenas a ninguna de las dos lógicas en tanto y en cuanto ambas son constitutivas de un modo contemporáneo de mirar a los medios. El ejercicio de derechos de comunicación e información frente a los medios que ya no estará sólo vinculado al control de lo que se hace público, asociado a aquella concepción que asocia lo público a lo visible. Este ver puede constituir un poder en tanto revela y reconoce el ejercicio de poder de quien está mostrando, un poder que se constituye en su misma negación como tal.

Este tipo de reconocimiento, creemos, es central en unas sociedades en las que los derechos a la comunicación, la expresión y la información -es decir, a hacerse visible y participar de la configuración del espacio público- han sido apropiados por unos medios de comunicación que, en tanto empresas económicas esconden su poder al reconocerse sólo como contralor de otros poderes.

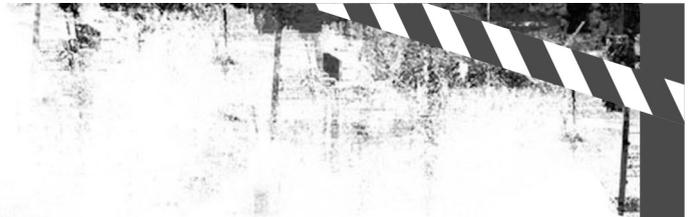
Sin embargo, reconocer, poner en común, poner en debate la mirada de aquellos que miran sin ser vistos, y que en esta invisibilización son uniformizados y reducidos a meros consumidores, creemos que es parte de la constitución de un ejercicio de ciudadanía frente a los medios. Ya no sólo vinculada al control de aquello visible, sino ahora, reconociendo como propio el derecho a la comunicación y la expresión frente a los medios masivos.



LOS JOVENES MIRAN A LOS MEDIOS

El desarrollo del proyecto: entre públicos y ciudadanos

En una primera etapa -en la que se realizaron trece talleres-, y partiendo de los resultados del monitoreo⁴, las actividades estuvieron centradas en construir las posibilidades mismas de la discusión en torno a la necesidad de regular el sistema de medios, en tanto el tema no estaba en la agenda pública (ni mediática ni escolar). En términos metodológicos el desafío era encontrar puntos de partida que no pusieran el foco en información jurídica que resultaría extraña a los juegos de lenguaje juveniles. Por ello, la metodología diseñada buscó facilitar un proceso de construcción que partiera del reconocimiento de la comunicación como una práctica constitutiva de sus mundos de vida para recién luego arribar, y desde allí, al reconcomiendo de los medios al interior de un sistema mediático con determinadas características. Por otro lado, en términos metodológicos también era importante que los materiales y dinámicas propuestas para el grupo de discusión tuviesen en cuenta las experiencias, identidades y formas de conocimiento juveniles. Así, el punto de partida elegido fue el reconocimiento de las posibilidades de expresarse en diferentes contextos y situaciones cotidianas, en las que los jóvenes debían identificar actores y regulaciones que las atraviesan (escuela, familia, medios, calle, entre otras) y expresarlas gráficamente. Luego de esta primera actividad, los jóvenes realizaban en grupos el análisis de una noticia televisiva en función de tópicos específicos: quiénes hablan, quiénes están involucrados, quiénes otros podrían hablar, qué otra información hace falta para comprender lo que sucede. A partir de allí, se proponía la apertura de un debate sobre los medios y de su experiencia en torno a ellos, exponiendo los principales fundamentos y contenidos del proyecto de ley de medios y resaltando en cada taller aquellos aspectos que propiciarán una apropiación crítica de los argumentos; es decir, resaltando aquellos que estaban relacionados con las propias experiencias y expectativas de los jóvenes. Así, por



ejemplo, la posibilidad contemplada en la ley de establecer cuotas de música local en los medios produjo entusiasmo entre los jóvenes que pertenecen a bandas de música, o la posibilidad de acceder a frecuencias para instituciones escolares interesó especialmente a aquellos que ya cuentan con radios escolares, pero de circuito cerrado interno. En todos los casos, la posibilidad de opinar e incidir desde el público en los contenidos de los medios generó grandes expectativas.

Qué ves cuando me ves: los mirados miran a los miradores

Como primera cuestión relevante de este conjunto de talleres nos interesa destacar la necesidad expresada por los jóvenes de contar con espacios de discusión en torno a sus consumos mediáticos. En particular, fue significativa la disconformidad y el malestar expresado por los estudiantes respecto de los espacios de expresión y representación de los jóvenes en los medios. Hicieron referencia a la ausencia de su palabra tanto en la mirada adulta y disciplinante de los noticieros, como en muchos de los programas juveniles de ficción. Sin embargo, este malestar, esta disconformidad convive, en muchos casos, con una práctica cultural de consumo de esos mismos medios y/o programas. Aludiendo a la escasez o ausencia de ofertas alternativas o planteando incluso que aún siendo malos esos programas les gustan, el malestar no opera siempre como motor de búsqueda de alternativas. De todas formas, la dispersión de programas y canales que fueron mencionados por los mismos jóvenes como sus preferidos en la encuesta realizada al finalizar cada taller, impone una reflexión y una profundización de este tópico central de la cultura mediática: los gustos y consumos como imposición o como construcción negociada.

Por otro lado, también fue muy rica y activa la participación en torno a la cuestión de la regulación de las situaciones de comunicación y el reconocimiento de vulneración de derechos vinculados a la

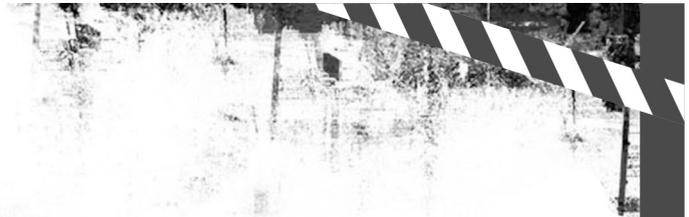


expresión y la comunicación en instituciones formales no mediáticas como la escuela, donde una normatividad explícita y/o implícita define pautas y jerarquías del decir, así como legitimidades de unos lenguajes sobre otros.

Por último, interesa remarcar que en la mayoría de los casos los jóvenes no habían escuchado hablar del tema de la nueva ley de medios. En los pocos casos donde tenían información ésta nunca provenía de medios masivos sino de sus docentes. El trabajo de los miembros del observatorio consistió, en ese marco, en brindar información y herramientas de análisis para el conocimiento de la cuestión: la expresión y la información como derechos reconocidos por todos los tratados internacionales de Derechos Humanos (DDHH), las frecuencias radioeléctricas como patrimonio de la humanidad, las definiciones antidemocráticas de la ley vigente, las características monopólicas del sistema mediático. En la mayoría de los casos, una vez planteados esos ejes (con elementos didácticos de diverso tipo, donde primaban los recursos audiovisuales y gráficos), la cuestión de la monopolización de los medios y la apropiación de la palabra volvía a ser el eje central. Esto es, eran los ejes que permitían construir la necesidad de intervenir en el actual escenario mediático como condición de posibilidad de ampliar el derecho a la comunicación, la expresión y la información. Los propios jóvenes se organizaron para tomar la palabra sobre el tema: en algunas escuelas extendieron la discusión a otros cursos, mediante charlas y afiches, elaborados por ellos mismos; otros participaron en la construcción de un blog donde publicaron información y argumentos sobre el tema, instando a otros jóvenes a opinar sobre ello.

Sobre miradas y confianzas: Cuando la mentira es la verdad

El segundo grupo de talleres -doce talleres-, se realizó cuando el Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual ya había sido elevado al Congreso de la Nación para su tratamiento parlamen-



tario, el espacio público político democrático que los medios ya no pudieron ignorar. Así, el silenciamiento dejó lugar a una centralidad del tema en la agenda mediática y transformándose, rápidamente, en central también en la agenda social. Allí la cuestión asumió las formas de la enunciación que los propios medios formularon: “ley mordaza para el control de medios”, “ley K de censura”, “ley para controlar a la prensa”. La modificación de este escenario nos planteó el desafío de profundizar la labor a la vez que impuso modificar las metodologías de trabajo. Ahora, la nueva estrategia debía considerar el ingreso de un discurso mediático que, básicamente, solicitaba a los públicos a acudir en su defensa y atacaba a un gobierno que pretendía atacar la libertad de todos. En las radios juveniles podía escucharse por esos días un spot que sentenciaba: “Con la ley de medios K ya no vas a poder escuchar la música que te gusta” “Pedí un tema ahora que con la Ley de Medios K el gobierno te va a decir qué música tenés que escuchar”.

En este caso, la metodología planteó un abordaje directo e informativo del proyecto de ley, para luego dar espacio a las preguntas y el debate. Es interesante remarcar que todas ellas giraban, de manera exclusiva, alrededor de los tópicos y opiniones instaladas por los propios grupos mediáticos esos días. El hecho de que los medios fueran, al mismo tiempo, el espacio central de acceso a la información y parte interesada en el asunto, junto a la desconfianza que generó una iniciativa estatal de control, complejizó el escenario y marcó la necesidad de los jóvenes de contar con más información para tomar una posición. De alguna manera, esa interpelación de los medios a sus públicos para que tomaran posición en el conflicto, que apelaba a dimensiones afectivas y emocionales, abrió el espacio para que otros actores pudieran constituirse como fuentes de información. Lo más interesante de esta segunda etapa se muestra, entonces, en esta posibilidad de abrir espacios públicos de información y expresión que resultan problematizadores de experiencias culturales cotidianas y profundamente arraigadas.



También en esta etapa aparecieron entre los jóvenes cuestionamientos y argumentos fuertemente arraigados en la lógica social neoliberal: la posibilidad de que el Estado intervenga como regulador frente al mercado -incluso el monopólico- era una duda manifestada por algunos jóvenes.

¡Tele: cómo te queremos!

Los jóvenes que participaron de los encuentros completaron también una consulta sobre consumo y calidad televisiva. Se trataba de una encuesta, que fue creada, aplicada y procesada con rigurosidad metodológica. Sin embargo, cabe aclarar, ella no aspiraba a tener representatividad estadística sino a sumar una nueva herramienta para la construcción plural y ciudadana de la mirada del observatorio.

El nombre de la consulta, *Tele: icómo te queremos!*, buscaba aludir a dos dimensiones de la relación de los jóvenes con la TV. Por un lado, una dimensión cotidiana y profundamente afectiva, una dimensión donde el querer refiere al afecto, a la adhesión en términos de apego. Por otro lado, una dimensión del querer como ambición, como pretensión, como deseo, lo cual presupone la posibilidad de cambios. Como veremos, los resultados de la consulta muestran las contradicciones y ambivalencias que se producen no tanto al interior de cada una de estas dimensiones sino en los cruces entre ambas.

En primer lugar, una primera confirmación empírica de este trabajo es el importante nivel de consumo, en términos cuantitativos, que tiene la TV entre los jóvenes: el 78% mira televisión todos los días. Los contenidos, la compañía, el entretenimiento, la diversión y la información que allí encuentran hacen de la TV un medio con una presencia cotidiana relevante. Sin embargo, ha sido significativo encontrar diferencias entre lo que las mujeres y los varones encuentran en la TV. Mientras ellas valoran más el entretenimiento y la información, los varones prefieren resaltar la compañía que les brinda el medio.



Una segunda cuestión es la gran variedad de gustos, preferencias y consumos televisivos que encontramos entre los estudiantes, algo que difiere sustantivamente de la homogeneidad con que suele caracterizarse el consumo mediático masivo cuando sólo se hace alusión a las mediciones de rating. La gran cantidad de programas y/o canales que son mencionados por los estudiantes en términos de gustos, preferencias y consumos (100 sobre 113 encuestados), dan cuenta de un conocimiento y uso de la oferta que está muy lejos de poder ser reducido a los dos o tres productos que la industria televisiva nacional instala como las opciones mayoritarias para públicos juveniles. Lo que gusta, lo que se prefiere es amplio y diverso, mucho más, por cierto, que lo que efectivamente se ve y se consume. Por eso es claro, también, el predominio de ciertos productos cuando las reflexiones ya no aluden a los gustos sino a las opiniones sobre programas o sobre la TV en general. Es allí, en el plano donde hablamos del lugar de la TV en la cultura donde los productos de la industria hegemónica ingresan de manera contundente para generar marcadas adhesiones o rechazos. Lo que vemos todos se modela desde lugares y poderes que exceden por cierto, los gustos y preferencias personales.

Este importante consumo cotidiano de TV no produce, sin embargo, una relación de adhesión, identificación o aceptación acrítica de lo que dice el medio, como suele suponerse desde ciertas posiciones. Muy por el contrario, podemos afirmar que el desencanto, la disconformidad y en algunos casos el malestar marcan la relación de los jóvenes con la televisión actual.

Por un lado, porque es una TV que no los tiene como protagonistas y que habla poco de los temas y problemas que les preocupan e interesan. El 60% opina, por ejemplo, que la TV no ayuda a conocer sobre cosas que son importantes para los jóvenes. “La televisión no me representa como joven”, dice uno de los estudiantes consultados, resumiendo en buena medida lo que parece ser una sensación generalizada, más allá de la identificación que producen con algunos programas o personajes.

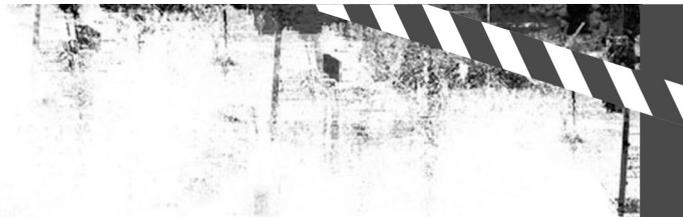


Por otro lado, la disconformidad también se relaciona con el reconocimiento de que en la TV no hay igualdad de posibilidades expresivas, marcadas por las diferencias entre ricos y pobres, pero dónde los propios jóvenes (ricos y pobres, sin distinciones) ocupan el segundo lugar entre los sectores que tienen menos posibilidades de expresarse en la TV.

Por otro lado, porque es una televisión donde los estudiantes consideran que los valores discriminatorios priman sobre otro tipo de valores. “Impone violencia y enaltece la discriminación”, dice una joven; “Se dedica a difundir ideales que atentan contra la construcción de una sociedad más sana, libre y democrática” dice otro. Algunos de los programas que han ocupado durante todo este año los primeros lugares en el rating nacional son mencionados por los estudiantes como programas que hacen daño a jóvenes y adolescentes, como programas que discriminan y que atentan contra derechos de personas y grupos.

Pero al desencanto se suma además la sospecha cuando se trata de comprender porqué la tele funciona de este modo. El medio es visto como un lugar donde los intereses que priman son los comerciales y solo se transmite aquello que le conviene a los poderosos, como un espacio en el que a los productores y dueños de los medios no les importa la opinión de los televidentes ni los efectos y consecuencias en la gente sino el rating.

Por otro lado, decíamos, hay una posible lectura de estos datos en clave del querer como deseo: lo que los estudiantes quieren de la tv, de lo que podría ser, de lo que quisieran que fuera. Por un lado, es claro que los jóvenes quisieran poder hablar y mostrarse en la TV desde ellos mismos, sin las mediaciones que el mundo adulto les impone actualmente. La mayoría considera que los temas que les importan y les interesan, que sus puntos de vista y opiniones no son tenidos en cuenta: las cosas buenas que producen en la escuela y el barrio, sus modos de diversión y relación cotidianos, sus problemas y los de su comunidad cercana pero también sus logros y sus esfuerzos



concentran las respuestas de lo que quisieran mostrar en la TV en noticieros, en programas de humor y en telenovelas.

También hay un plano del deseo que excede la programación y que se relaciona con lo que se espera del medio en la sociedad. Estas respuestas muestran claramente el reclamo de renovación, de más calidad y más diversidad de propuestas, pero también reclaman cambios que se relacionan con modificar la lógica puramente comercial que hoy impera en los medios y que no es ajena a la normativa vigente hasta hace muy poco: “La TV tendría que ser construida por la comunidad y la gente que busca el bien común y no por los monopolios” expresa un estudiante. Debería existir más control de la programación y de lo que se trasmite en TV, reclama otro. Todos los medios deben ser públicos y todos tenemos derecho a la información, apunta un tercero. El lucro como único fin es una lógica que los jóvenes consumidores conocen sin saber nada de leyes de radiodifusión. Y es que han aprendido, desde su experiencia de consumo, que esa lógica no conlleva necesariamente ni variedad ni calidad. Otra forma, digamos, de reconocer el efecto de los monopolios en la comunicación. Este puede ser, quizás, un punto de partida efectivo para dar un sentido más cercano a la nueva ley de medios y al derecho a la comunicación como derecho humano.

Hay interés entonces, hay cuestionamientos, hay desconfianzas. El tiempo y el trabajo dirán si estamos a la altura de asumir los desafíos y contradicciones para avanzar en el reconocimiento de los derechos de comunicación, expresión e información como un derecho de todos.

DESAFÍOS PARA CONSTRUIR UNA MIRADA

Hasta aquí, entonces, algunos de los desafíos que nos pone un proceso de intervención. Proceso que va de la mano de la reflexión sobre las condiciones, posibilidades y límites a la hora de avanzar en una propuesta de Observatorio desde la articulación en comunicación y ciudadanía.

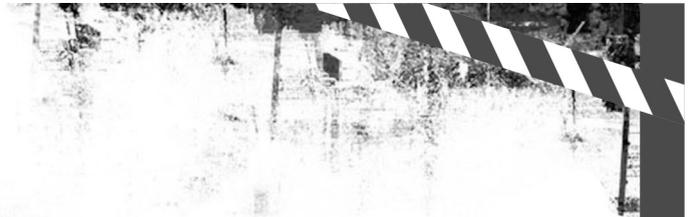


Pensar la relación entre poder y visibilidad, creemos, exige partir de un reconocimiento sobre cómo pensar lo que observamos. Y cuáles son las condiciones para que la mirada de un observatorio, que se reconoce parcial, situada, limitada y contingente, pueda entrar en el juego de perspectivas. Porque, tal como se planteara antes, reconocer cómo miran quienes de manera permanente son mostrados, dar cuenta de aquello que ven quienes son invisibles para quienes se arrojan el poder de lo que se ve y cómo se ve en nuestra sociedad, supone también asumir las condiciones para poner también en juego aquello que un Observatorio se propone construir: una mirada crítica sobre los medios.

Asumiendo este carácter situado, limitado y contingente de cualquier observación, la mirada de nuestro observatorio postula la fecundidad de construirse en una tensión: la mirada de quienes son, al mismo tiempo, ciudadanos y públicos. Esto es, la necesidad de situarse en la tensión entre dos formas de la subjetividad contemporánea que involucran reconocimientos, contratos y aceptaciones, así como reclamos, reivindicaciones y derechos.

Sobre los medios o cómo pensar lo que observamos

Existe una constatación especialmente significativa que plantea un desafío al pensamiento y la labor crítica de un observatorio de medios: la capacidad performativa de los medios sobre sí mismos; es decir, “la capacidad de convertir en realidad empíricamente existente –con todo lo que en esa empiria existen de datos fácticos, representaciones, vivencias e interpretaciones sobre los mismos-, la realidad que ellos construyen en sus textos e imágenes” (Mata y Córdoba 2009: 1). Y esa capacidad, en el terreno de los propios medios, implica que son sus propias nociones y lógicas argumentativas, adoptadas por distintos enunciadores, las que suelen impregnar los debates sociales que pretenden esclarecer sus modos de operar y su influencia (idem). Un primer desafío del observatorio de medios será entonces escapar a la adopción de esas definiciones y lógicas y construir una mirada crítica sobre esa autorrepresentación mediática.



Desde nuestra perspectiva, los estudios sobre comunicación y ciudadanía en América Latina son un lugar desde el cual construir esa distancia. En estos estudios, los medios se han tematizado, en términos generales, como espacios que posibilitan o restringen el ejercicio de la ciudadanía, básicamente en dos sentidos. Por un lado, como proveedores de la información que haría posible tanto la vigilancia del poder (fundamentalmente estatal), como el ejercicio de derechos ciudadanos. Esto es asumido como un modo de operar de los medios que no requiere debate teórico, y ha tenido preeminencia en los enfoques jurídicos (Loreti 1995), en los debates relacionados con la formación y la práctica profesional de comunicadores y periodistas -dando lugar a experiencias de periodismo cívico, periodismo ciudadano y/o periodismo público (Miralles 2002)- así como en las iniciativas de observatorios y veedurías de medios impulsadas en la región (AAVV 2004, Alfaro 2005).

Por otro lado, los medios son concebidos como espacios de visibilidad y actuación pública, como lugares de colectivización de intereses y construcción de comunidad. Es decir, la centralidad de los medios para el ejercicio de la ciudadanía debiera entenderse en relación a su poder como dispositivos estructurantes de la esfera pública (visibilizando y legitimando temas, hablantes, e interpretaciones; cambiando las formas tradicionales de intermediación, modificando los procesos de agregación, entre otros). Un poder que lo que hace es densificar las dimensiones rituales y teatrales de la política (Martín Barbero 1999), y que, en tanto públicos de los medios, aceptamos diariamente.⁵ Esta mirada, en cambio, ha tenido menos desarrollo y preeminencia en las experiencias de observatorios de medios.

Consideramos necesario articular en la labor de nuestro observatorio ambas dimensiones en términos teóricos y metodológicos de tal modo de aportar a la comprensión de su significado en relación a unos medios y contextos específicos. Partimos para ello de la hipótesis de que buena parte del poder de los medios ha sido construida en virtud de proponerse a sí mismos como contralores de los poderes, desconociendo que ellos mismos son un poder que se ha apropiado



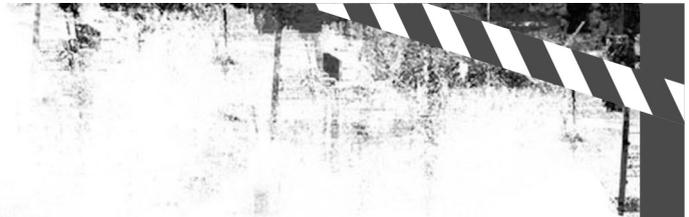
de derechos de ciudadanía. En este sentido, asumir una tarea de control encuentra un límite crucial: el que impone la construcción histórica cultural del derecho a la información y la comunicación como derecho de medios y periodistas. Por eso, el trabajo de los observatorios en términos de monitoreo debe articularse con instancias de promoción y exigibilidad de derechos a la información y la comunicación como un derecho ciudadano.

La legitimidad de la mirada o asumir el juego de las perspectivas

Según el mismo Germán Rey (2004), los observatorios parten de dos ideas relacionadas con su función de observación social: “la primera idea es que lo que realmente se ve es lo que existe desde un lugar (...) una segunda idea es que el “observar” no busca una visión perfecta sino más bien, reconociendo las contingencias del ver, afirma que se necesitan diversas miradas para modular y comprender los prismas sociales (Rey 2004: 21). Es decir, los observatorios son experiencias que reconocen su visión parcial e interactúan con otras observaciones que provienen de diferentes lugares dentro de la sociedad. Como señala Rey: “Despojados de miradas cerradas, los observatorios existen por el juego de las perspectivas” (Rey 2004: 23).

El ver desde los observatorios y veedurías es una mirada que se propone crítica y en pugna con el poder establecido, que necesita construir su validez política y social. Pero esa validez no puede, por lo que ya señalamos, estar asociada a una idea de verdad o perfección de esa mirada ni tampoco a una idea de representación de una sociedad que es, por definición, amplia, compleja y diversa. Por eso, como ha señalado el mismo Rey, “Más que una expresión de la representación, los observatorios son formas de la participación” (Rey 2004: 32)

Un modo posible de construir la legitimidad de esa mirada es dar cuenta de su sistematicidad y rigurosidad. Para ello, los observatorios



han apelado a la recuperación de metodologías de investigación y análisis propias de las ciencias sociales, asumiendo la particularidad de su interés. La rigurosidad metodológica del proceso de observación, que supone dar cuenta de los procedimientos de monitoreo y categorías de análisis, funciona también como herramienta para la discusión fundamentada del carácter construido de lo que los medios presentan como una realidad dada. En este punto, la participación de investigadores en los observatorios se presenta como una posibilidad concreta de articulación entre saber académico y la práctica social, que puede contrarrestar la falta de diálogo e intercambio que suele caracterizar a ambas esferas.

Pero junto a ésta, debe construirse una legitimidad asociada también a esa participación a la que alude Rey. Una participación que se articula con la promoción de la ciudadanía frente a los medios y que asumirá formas y prácticas diversas en cada contexto y situación. Sin esta segunda dimensión, nos parece, la tarea de muchos de los observatorios y veedurías (centrada especialmente en los monitoreos de medios) puede derivar en puras descripciones y/o denuncias que demuestran lo que muchas veces es evidente: la manipulación informativa y los vínculos estrechos entre el poder mediático y el poder político y económico. Esta denuncia puede ser efectiva en determinadas circunstancias, pero no habilita en sí misma la constitución de una ciudadanía frente a los medios.

La legitimidad no debiera asociarse solo, ni centralmente, a la acción del ver/observar como control -tan presente en las democracias contemporáneas y frente a la cual los medios reaccionan de forma defensiva- sino como participación. Unas experiencias que se proponen como objetivo democratizar la comunicación deben otorgar al ciudadano un lugar que excede el control de lo establecido para pasar al ejercicio efectivo de los derechos así, como a las luchas por su vigencia y ampliación.



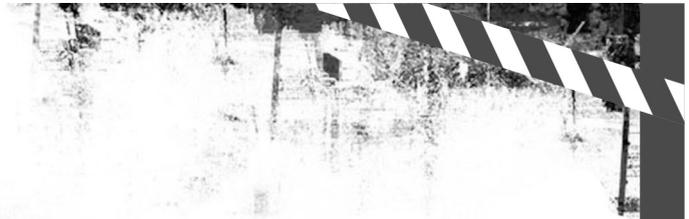
La publicidad de la mirada

La construcción del observatorio implica pensar en torno a los modos y métodos de construcción de su mirada y en los actores que pueden participar de ello. Pero también requiere imaginar las formas de hacerla pública, es decir, las formas de presentarla para su reconocimiento y debate.

En este caso el desafío es enorme y revela con claridad la magnitud del tema planteado: sin presencia en esos lugares observados, es decir, en los propios medios, es muy difícil publicitar -en el sentido de hacer visible para todos- lo que se ve. Planteada de ese modo esta limitación resulta crucial, en tanto disminuye las posibilidades concretas de incidir, tanto en el espacio público informal como formal, y de esa manera transformar. Porque ser ciudadanos implica no sólo observar, controlar y opinar sino, fundamentalmente, decidir. En ese sentido, el observatorio de medios necesitará él mismo multiplicar los espacios públicos donde su mirada pueda circular, debatirse y validarse. Y se tratará del desarrollo de estrategias variadas que, reconociendo la centralidad de los medios, no olviden también la existencia y preeminencia de otros ámbitos y espacios sociales para la deliberación y la comunicación.

La democratización del sistema mediático: observatorios y políticas públicas

Uno de los aportes centrales de las diferentes experiencias de observatorios de medios en América Latina es su definición de los medios masivos y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's) como servicio público. Porque a diferencia de lo que ocurre en el campo de la economía política de la comunicación, esta definición no es realizada en términos de propiedad es decir, por su pertenencia al Estado, sino en términos de su actividad: la esfera de los medios, más allá de que su propiedad sea privada, es siempre pública. Y se trata de lo público entendido en la convergencia de las tres concep-



ciones que le dan espesor en la política moderna: lo público como lo común, lo visible y lo accesible a todos. Esta definición, una de las más importantes y disruptivas, permite así reconocer otro de los terrenos de la disputa.

Hace ya más de diez años, y cuando aún los procesos en la región no mostraban los tiempos de cambio que hoy avizoramos, Manuel Garretón (1995) planteaba que las posibilidades de ejercicio de ciudadanía en distintos ámbitos está condicionada por las regulaciones en el acceso a los bienes que se ponen en juego en ese ámbito y que es el Estado un actor central en las posibles regulaciones de ese acceso. Por eso, el papel de la sociedad civil en la ampliación y la conquista de una “nueva ciudadanía”, en este caso frente a los medios, no reemplaza al de un Estado con la fuerza para interceder en relaciones de poder absolutamente asimétricas como las que hoy caracterizan a las distintas esferas del campo social. El papel activo de la sociedad civil en la construcción de la ciudadanía no relativiza la importancia del rol del Estado en tanto agente responsable de generar las condiciones mismas de posibilidad de ese ejercicio y práctica ciudadana en sus aspectos formales y sustantivos.

La posibilidad de ser ciudadanos frente a los medios reclama, en definitiva, la intervención decisoria del Estado, cuya política cultural no puede reducirse a la gestión de medios públicos sino que debe ampliarse a la implementación de mecanismos institucionalizados de participación y decisión directa de la ciudadanía para hacer de todos los medios masivos un servicio público.

DESAFÍOS FUTUROS

La articulación entre comunicación y ciudadanía propuesta desde nuestro Programa implica la articulación permanente entre investigación y acción; es decir, investigar en el campo de la comunicación y la ciudadanía acarrea para nosotros, en cada instancia, una dimensión de acción política-cultural insoslayable. La comprensión de la ambivalencia y contradicción que caracteriza la relación de



los jóvenes con los medios, la reflexión en torno a los contenidos y metodologías que debieran tener una propuesta de enseñanza crítica del consumo de medios, o los interrogantes en torno a las relaciones entre las lógicas sociales y las lógicas mediáticas son algunos desafíos que emergen de la experiencia relatada.

Pero también una nueva certidumbre: el desafío del Observatorio no es tanto develar las articulaciones de los medios masivos con los intereses económicos y políticos dominantes, sino otro: aportar a romper el consentimiento, la impotencia y la indefensión de los públicos frente a los medios y brindar elementos para su constitución como ciudadanos, para la exigibilidad de derechos frente a los medios. Porque, como dice Rey: “Los observatorios y veedurías de medios no son solo manifestaciones de la política comunicativa sino lugares de la construcción de ciudadanía” (Rey 2007: 42).

BIBLIOGRAFÍA

AAVV

2004. *Veedurías y Observatorios. Participación social en los medios de comunicación*. Bs As. Ed. La tribu.

Alfaro, Rosa María

2005. *Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos. ¿una nueva conciencia crítica o una ruta de cambio?* Lima, Calandria.

Garretón, Manuel

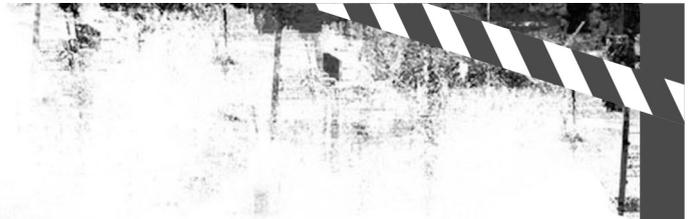
1995. “Democracia, ciudadanía y medios de comunicación: un marco general” en AAVV, *Los medios: nuevas plazas para la democracia*, Lima, Calandria.

Loreti, Damián

1995. *El derecho a la información*, Paidós, Bs. As.

Martín Barbero, Jesús

1999. “El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación”, *Nueva Sociedad* N° 161, Caracas. Mayo-junio, pag. 43-56.



Mata, María Cristina y Liliana Córdoba

2009. "Nuevas agendas para la reformatización social y la participación ciudadana" En *I Jornadas "La Universidad en la Sociedad. Aportes de la Investigación de la Universidad Nacional de Córdoba para el diseño de Políticas Públicas"*, María C Mata y N Aquin comps., Córdoba, agosto de 2009.

Mata, María Cristina, Liliana Córdoba, Daniela Monje, Soledad Segura y Pablo Carro

2005. "Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa", Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, 58 páginas. Disponible en <http://www.c3fes.net/docs/ciudadaniacomunicativa.pdf>.

Miralles, Ana María

2002. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Ed. Norma, Colombia.

Rey, Germán

1998. *Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas*, CEREC, FESCO, Fundación Social, Santafé de Bogotá.

2004. "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías de medios de comunicación en América Latina" En *La relación sociedad/medios en el marco de la Reforma del Estado en México*, Solís Leere (coord).UAM Xochimilco, México.

Thompson, John

1998. *Los media y la modernidad*. Ed. Paidós, Barcelona.

NOTAS

Córdoba María Liliana: Especialista en Investigación de la Comunicación y Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Doctoranda en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Buenos Aires. Becaria del CONICET. Docente investigadora en el Centro de Estudios Avanzados de la UNC, Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía. Profesora de Política y Comunicación y Tecnologías de la Información y Sociedad en la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC. Integrante del Observatorio de Comunicación y Ciudadanía.



Morales Susana María: Especialista en Investigación de la Comunicación y Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Doctoranda en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Buenos Aires. Becaria del CONICET. Actualmente, alumna de la Maestría en Comunicación y Cultura Contemporánea del CEA- UNC. Investigadora del Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía. Integrante del Observatorio de Comunicación y Ciudadanía. E-mail: susanamoralesar@gmail.com

1 La Dirección del Programa y del Observatorio están a cargo de la Profesora Investigadora María Cristina Mata.

2 Esta ley vino a reemplazar al decreto del año 1980, dictado por el Jorge Rafael Videla, que era la única herramienta de regulación estatal en materia de radiodifusión, junto a las sucesivas modificaciones realizadas en el marco de la reforma neoliberal del estado durante los años 90, que profundizaron un modelo de pago, privado y fuertemente concentrado del sistema comunicacional.

3 El 78% de los cordobeses considera que en nuestro país no existen igualdades expresivas. Mas datos pueden consultarse en Mata y otros: "Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa, 2005. Disponible en: www.c3fes.net/proyectos.htm

4 Los datos provistos por la observación sistemática de los principales medios de la provincia de Córdoba revelaron algunos aspectos preocupantes: el tema fue escasamente tratado. La observación se realizó entre el 1 de abril y el 30 de septiembre de 2008, en los diarios Comercio y Justicia, Día a día, La Voz del interior, Democracia (de Villa Dolores), El Diario de Villa María, Puntal de Villa María, Puntal de Río Cuarto; en las radios LV2, LV3, Universidad 580, y Mitre; y en los canales de televisión por aire Canal 12, Canal 10 y Teleocho. Del total de 75 notas que aparecieron durante el período relevado, 42 se difundieron en los diarios (56%), 33 en radios (40%) y sólo 3 en los canales de TV. Los enunciadores privilegiados fueron el Poder Ejecutivo Nacional y la Iglesia Católica y la referencia central estuvo vinculada a temas como la libertad de prensa y la censura y el intento de control de medios por parte del gobierno. Si consideramos que la democratización de las comunicaciones y del sistema de medios es una problemática central para el afianzamiento y construcción de relaciones sociales equitativas, el escaso tratamiento otorgado a la temática, cuando se estaban produciendo múltiples actividades, debates y proyectos tanto a nivel gubernamental como de la sociedad civil, muestra que los ciudadanos tuvieron escasas oportunidades para informarse acerca de ello. Sobre todo, considerando que los medios constituyen la principal fuente de información del conjunto de la población.



5 Este es el enfoque asumido por autores como Alfaro, Marín Barbero, Mata, Rey, Reguillo y Caletti, entre otros. Sobre la tensión entre públicos y ciudadanos ver, especialmente, los trabajos de Mata y Garretón consignados en la bibliografía.



