

X ANIVERSARIO TELESUR

Congreso Internacional

“Comunicación e Integración Latinoamericana desde y para el SUR”

22 - 23 Julio 2015 / CIESPAL / Quito, Ecuador

“Contar con nosotros para contar nosotros. Descosificación, poder social y democratización generacional como pilares de la comunicación hacia la integración”

Autor principal: Lic. Iván Novotny

Pressenza - Agencia de noticias con enfoque de Paz y No Violencia

Co-autor: Javier Tolcachier

Centro Mundial de Estudios Humanistas

Temática: Participación social en procesos informativos.

Eje temático: Participación, comunicación e integración en la región.

Título: Contar con nosotros para contar nosotros. Descosificación, poder social y democratización generacional como pilares de la comunicación hacia la integración

Resumen: La propuesta explora la relación entre el rescate de la subjetividad humana, la acción de movimientos sociales y la democratización generacional como requisitos para el crecimiento de la diversidad de expresión y la integración soberana. Advertir la cosificación actuante en la concepción de la pasividad de la conciencia humana y profundizar la democracia desde la base social como prolongación intersubjetiva de una conciencia activa, son pilares en la democratización en el acceso a los medios. Abrir espacios comunicacionales a las nuevas generaciones permite contar con una mayor interacción crítica en relación a los contenidos manipulados de las agendas establecidas. Se hace foco además, en las características de los niños y jóvenes actuales de interactuar con mayor facilidad más allá de las fronteras nacionales, lo que los convierte en posibles protagonistas positivos de integración.

Al basar la propuesta en la esencial característica activa de la conciencia humana, la acción de los movimientos sociales y la apertura de espacios comunicacionales a las generaciones jóvenes para acelerar la desconcentración mediática, se muestra cómo el proceso de integración regional puede transferirse crecientemente hacia la misma base social, aumentando con ello su autosustentabilidad.

Palabras clave: Democratización, integración, nuevas generaciones, conciencia activa, base social.

Title: To count on ourselves in order to count ourselves. De-objectification, social power and generational democratization as pillars of communication towards integration.

Summary: The proposal explores the relationship between the recovery of human subjectivity, the action of social movements and generational democratization as requirements for the growth of diversity of expression and sovereign integration. Warning of current day objectification in the conception of the passivity of human consciousness and going deeper into democracy of the social base as the intersubjective prolongation of an active consciousness: these are the pillars in the democratization of access to the media. Opening communicational spaces to new generations allows for a greater critical interaction with regards to the manipulated contents of the established agendas. Furthermore, we focus on the characteristics of today's children and youth for interacting with greater ease beyond national borders, which turns them into possible positive protagonists of integration.

By basing the proposal on the essentially active characteristic of human consciousness, the action of social movements and the opening of communicational spaces to young generations in order to accelerate the media de-concentration, we show how the process of regional integration can be increasingly transferred towards the social base itself, thereby increasing its self-sustainability.

Key words: democratization, integration, new generations, active consciousness, social base.

Título: Contar conosco. Descoisificação, poder social e democratização geracional como pilares da comunicação para a integração

Resumo: A proposta explora a relação entre o resgate da subjetividade humana, a ação de movimentos sociais e a democratização geracional como requisitos para o crescimento da diversidade de expressão e a integração soberana. Advertir a coisificação atuante na concepção da passividade da consciência humana e aprofundar a democracia a partir da base social como prolongação intersubjetiva de uma consciência ativa, são pilares da democratização no acesso aos meios. Abrir espaços de comunicação as novas gerações permite contar com uma maior interação crítica em relação aos conteúdos manipulados das agendas estabelecidas. O foco também está sobre as características das crianças e jovens de hoje que interagem mais facilmente para além das fronteiras nacionais, o que os torna possíveis protagonistas positivos da integração.

Ao basear a proposta na essencial característica ativa da consciência humana, na ação dos movimentos sociais e na abertura de espaços de comunicação para as gerações mais jovens para acelerar a desconcentração midiática, mostra-se como o processo de integração regional pode ser transferido cada vez mais para a base social, aumentando assim a sua auto-sustentabilidade.

Palavras chave: Democratização, integração, novas gerações, consciência ativa, base social.

Introducción

En la región latinoamericana nos encontramos en un significativo momento histórico. La situación actual del sistema de medios de comunicación no escapa a esa apreciación. Se visualiza por un lado que se mantienen intactas enormes corporaciones mediáticas monopólicas que han asumido un rol político definido. En el otro polo se vislumbra un intento de democratización de ese sistema impulsado por organizaciones sociales y políticas, periodistas, comunicadores populares, profesionales, que en varios países han encontrado sintonía en sus gobiernos nacionales progresistas para concretar legislaciones que permitan que se haga efectiva esa democratización, esa desconcentración mediática, en función de profundizar la integración regional.

El interés de este trabajo es hacer un aporte conceptual a este proceso de democratización para la integración regional desde el campo de la comunicación. Así a partir de tres ejes centrales establecemos nuestra hipótesis: la relación entre el rescate de la característica eminentemente activa y transformadora de la subjetividad humana, la acción de movimientos sociales y la democratización generacional -abriendo espacios comunicacionales a las nuevas generaciones para contar con una mayor interacción crítica en relación a los contenidos manipulados de las

agendas establecidas- son requisitos indispensables para la integración de signo soberano en nuestra región.

Advertir la cosificación actuante en la concepción de la pasividad de la conciencia humana que intenta por ende cosificar a los receptores de los procesos comunicacionales, es un objetivo del trabajo. En contraposición, se propone el concepto de “conciencia activa-intencional” en el ser humano: se trata de una concepción que puede contribuir a propiciar una mayor participación activa, creadora, crítica, inspiradora, desde la base social para construir una democracia real en la sociedad, con los medios de comunicación como herramienta fundamental en ese proceso.

Mediante una investigación cualitativa basada en aportes conceptuales de distintas corrientes de pensamiento y autores principalmente de la región latinoamericana; así como una investigación cuantitativa respecto a estadísticas que sirvan de sustento para estudiar el estado de situación actual en nuestros países, se intenta profundizar en las ideas arriba planteadas, desentrañar conceptos instalados en el “sentido común” en nuestra región discutiendo lo que se impone como establecido, para así llegar a conclusiones que sirvan de aporte teórico, en función del desarrollo del buen conocimiento para nuestra Patria Grande latinoamericana.

Desarrollo:

1. La unilateralidad de los mensajes manipulatorios

En diversas lógicas comunicacionales subyace todavía una injusticia severa en referencia a las distintas calidades subjetivas que se otorgan a los polos emisores y receptores de la comunicación. Mientras el emisor parece gozar de plenas facultades intencionales al lanzar su mensaje, el que lo recibe es considerado un objetivo, pasible de ser direccionado y manipulado por la intención proveniente del mensaje emitido.

Es evidente que estas lógicas, aún cuando matizadas -y hasta superadas en algún caso- continúan siendo dominantes en los análisis y prácticas cotidianas. Este hecho se encuadra por un lado con el estado general de sociedades donde derechos y oportunidades aún son tratados de manera desigual para sus participantes, prevaleciendo la morfología centralista y vertical de entidades de poder, desde las cuales proviene la normativa social que imprime dirección a la vida interpersonal. Tal uso adquiere visos de abuso cuando la acumulación de poder (económico, mediático, político) asume dimensiones tales donde las más mínimas opciones de elección personal son ahogadas.

Por otra parte, la visión que sirve de base a la unilateralidad del discurso emisor guarda relación directa, en términos psicológicos, con concepciones que afirman la pasividad en el funcionamiento de la conciencia humana. Así, encontramos en la arqueología psicológica, descripciones como la de “tábula rasa”, donde la conciencia es una suerte de cuenco vacío que va llenándose en el transcurso vital con contenidos desordenados provenientes del espacio exterior a ella.

Llevando este análisis a las teorías de la comunicación, se plantea por ejemplo la Teoría de la Aguja Hipodérmica que sirvió de sustento teórico a partir de la primera mitad del siglo XX desde la Escuela Funcionalista. Se trata de una teoría que estudia el efecto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública. Elaborada mediante estudios realizados a finales de 1920 para analizar la influencia de los mecanismos de propaganda en la participación ciudadana masiva en la Primera Guerra Mundial, sus conclusiones se expresaron en las reflexiones de Harold Lasswell en *Propaganda Techniques in the World War* (Laswell, 1927), donde afirma que la propaganda, permite conseguir la adhesión de los ciudadanos a unos planes políticos determinados sin recurrir a la violencia, sino mediante la manipulación. En este enfoque “los mensajes de los medios de comunicación se insinuarían ‘bajo la piel’ e irían a atacar a los miembros del público exactamente como sucede con la inyección de una aguja hipodérmica, sin ninguna posibilidad de reelaboración por parte de los receptores” (Boni, 2008, p. 212).

Es claro que en un proceso comunicacional de estas características se genera una “deshumanización” del receptor de los mensajes de los medios, entendiendo a la deshumanización tal como lo plantea Silo (1996) en tanto:

Proceso en el que se contrae la libertad humana. Es característico de la deshumanización en la relación interpersonal, la negación de la subjetividad libre del otro y, por consiguiente, su cosificación práctica. Una mirada deshumanizante despoja a otros seres humanos de su esencia de libertad, poniendo de relieve ciertas características secundarias que pasan a ser sustantivas (sexo, raza, origen, ocupación, etc.). La mirada deshumanizante tiende a diferenciar en lugar de complementar, movida por la intención de naturalizar al otro (p. 23).

De este modo, la democratización de las comunicaciones, como particular de la vida social y personal tendiente a la ampliación de la libertad humana, necesita corregir esta asimetría, poniendo énfasis en conceptos y prácticas que contemplen la plena intencionalidad humana,

convirtiendo a la comunicación en un circuito multidimensional de intenciones múltiples, diversas y equivalentes.

2. La conciencia intencional en el proceso comunicacional

En contrapartida a la concepción de cosificación de oyentes, audiencias, lectores, usuarios de nuevas tecnologías en las comunicaciones para su posible manipulación, consideramos a la conciencia activa, la conciencia intencional¹ en el proceso comunicacional expresándose cuando se da una interacción crítica con los contenidos de los mensajes de los medios de comunicación; cuando se elige qué, cómo y cuándo recibir contenidos; cuando se acepta, o se rechaza un mensaje; cuando se lee “entre líneas” para saber dilucidar quién está diciendo, a qué intereses políticos, económicos o ideológicos representa, que objetivos económicos, políticos o valóricos persigue. Este modo activo e interpretativo no culmina estáticamente en un “receptor”, sino que se continúa dinámicamente en las acciones posteriores de elaboración, réplica y difusión de contenidos, en las cuales se manifiesta explícitamente la productividad comunicativa de cada uno. Si esa intencionalidad de la conciencia, se aplica en dirección democratizadora, humanizadora, transformadora, el proceso de integración desde lo comunicacional puede acelerarse y potenciarse.

Es ésta una propuesta para salirse de la concepción de la conciencia pasiva, que cree que los sujetos de la comunicación son manipulables, que con técnicas avanzadas de “marketing” pretende manipular los mensajes intentando hacer creer mentiras a grandes conjuntos humanos, oscureciendo los intereses que representa. Esta manipulación basada en la idea de una conciencia pasiva sigue muy presente en nuestra región; la vemos claramente en las campañas políticas basadas en el marketing o en las pretensiones de neutralidad y objetividad que esgrimen los medios conservadores.

Es necesario concientizar acerca de que la conciencia humana es una conciencia activa, intencional, que tiene la posibilidad de transformarse a sí misma y al mundo que la rodea. Para poder, comprender, consolidar y desarrollar las posibilidades de la conciencia intencional es necesario que los seres humanos estemos cada día más despiertos, más atentos, más lúcidos en nuestra participación en los procesos comunicacionales. En esa línea es que “la intención ha

¹ Para profundizar en esta concepción, ver en Silo (2006), *Apuntes de Psicología*, donde se plantea: “Su estructura mínima es la relación acto-objeto, ligada por los mecanismos de intencionalidad de la conciencia. Esta ligazón entre actos y objetos es permanente aún cuando existan actos lanzados en busca de objetos que en ese instante no se precisan. Es esta situación la que da dinámica a la conciencia. Los objetos de conciencia (percepciones, recuerdos, re-presentaciones, abstracciones, etcétera), aparecen como los co-rratos intencionales de los actos de conciencia”.

sido definida desde Brentano en adelante como la característica fundamental de la conciencia. Ya con el arribo y desarrollo del método fenomenológico de Husserl y el aporte de las corrientes de la Existencia, la intencionalidad aparece como lo sustantivo de todo fenómeno humano” (Silo, 1996, p. 59).

Poniendo énfasis en el desarrollo de una conciencia activa en el proceso comunicacional se pondrá de relieve la pluralidad y la diversidad humanas, ya que como plantea Silo (1993) “el gran capital domina no sólo la objetividad gracias al control de los medios de producción, sino la subjetividad gracias al control de los medios de comunicación e información” (p. 127). Con el desarrollo de la conciencia activa, poniendo en marcha nuevos medios y nuevos contenidos comunicacionales, manifestamos también nuevas subjetividades, no sólo las dominantes, las que quieren manipular los grupos concentrados de poder, sino las subjetividades que viven en lo profundo de lo mejor del pueblo latinoamericano y que buscan expresarse cada vez con mayor potencia.

Por otra parte, este átomo subjetivo representado por cada conciencia activa, se convierte rápidamente en tejido social, ya que la conciencia forma una estructura abierta y recíproca con el mundo en el que se va constituyendo, constituyéndolo a su vez en la toma de contacto con otras intenciones humanas de diverso tipo. En el encuentro de intenciones similares, motivadas por necesidades o sensibilidades semejantes, los sujetos individuales van construyendo sujetos colectivos, los cuales se encuentran a la base del movimientismo social. Este impulso intersubjetivo, que es en sí mismo expresión de necesidades de transformación de realidades dadas, tiene como correlato imprescindible la creación de canales de comunicación de dicha intención. He aquí que, en nuestro esquema, la descosificación de la conciencia individual se continúa en esquemas de participación social conjunta que constituyen, por su propia necesidad, la calidad de sujetos esenciales de comunicación.

De este modo, la democratización de la palabra encuentra

un nuevo anclaje en aquellos reclamos sintetizados como movimientismo social en los distintos campos de la actividad humana.

Es evidente cómo cada vez más sectores sociales aparecen en el escenario reclamando desde especificidades puntuales y es relevante también constatar cómo, a su vez y en consonancia con ello, la particularidad y el detalle de las reivindicaciones van en aumento. Así como han ganado espacio en la centralidad social las reivindicaciones identitarias de género, cultura,

situación socioeconómica, preferencia sexual, entre otras, es necesario dar relevancia, desde esta tendencia a la democratización de espacios al colectivo de importantes proporciones constituido por las generaciones jóvenes.

3. La democratización generacional en la comunicación

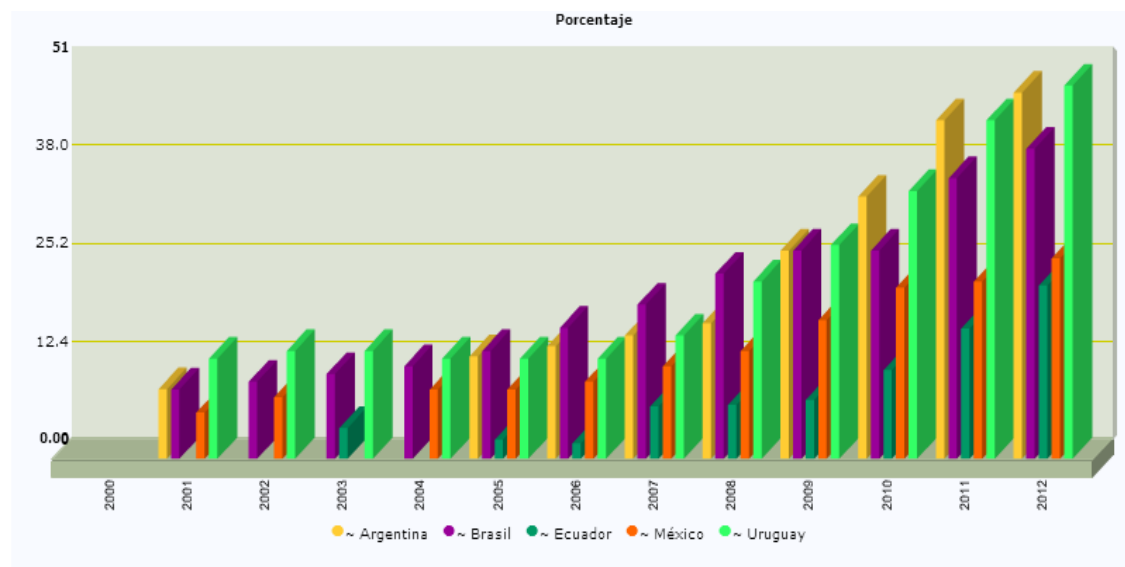
Es precisamente en las nuevas generaciones, en las que el avance en este desarrollo de la conciencia activa se manifiesta de modo muy claro, donde cada vez hay un menor consumo por su parte de los medios masivos tradicionales (TV, radio, etc.), en su formato habitual, utilizando mucho más la comunicación a través de Internet y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS). Al decir de Ignacio Ramonet:

Con la nueva tendencia, en particular de la población más joven de nuestros países, que se aparta cada vez más de la televisión en favor de Internet (...) con sus computadoras los jóvenes componen sus propios menús a través de los sitios de replay y de post cast y sobretodo de las plataformas de video como youtube o Instagram. Esta migración de los jóvenes de la televisión a la computadora y también a las tabletas, teléfonos inteligentes, todo tipo de pantallas, y por lo tanto la migración de programas sin ningún tipo de limitaciones físicas o de tiempo no puede ser ignorada. Los canales públicos o privados tendrán que adaptarse, tienen que adaptarse, cada vez más hay coloquios, que conciernen a los periodistas, que se preguntan qué será mañana del destino de la televisión, repito tanto pública como privada, repito no sabemos aún cuál será el nuevo paisaje, pero los canales públicos en todo caso deberán anticipar este fenómeno si no quieren desaparecer” (Ramonet, 2014).

Al utilizar estos medios derivados de las TICS, si bien también eligen contenidos audiovisuales, radiales, gráficos, etcétera, los más jóvenes lo hacen mucho más selectivamente, críticamente. Es decir, ven lo que quieren ver, escuchan lo que quieren escuchar, no lo que les impone una determinada agenda monopólica. Si les gusta, si les interesa lo comparten, si no les gusta, de inmediato eligen otro contenido gracias a la posibilidad que dan estos medios tecnológicos. Y no sólo en la elección de sus consumos se pone de relieve la intensa acción intencional de las nuevas generaciones, sino, y sobre todo en la acción de generar contenidos de distinto tipo en base a sus ideas y su sensibilidad. Sin duda que estas prácticas no corresponden sólo a las nuevas generaciones, pero es en ellas, nativas digitales, donde se visualiza con mayor claridad, aún con límites, pero se visualiza allí una característica de un modo de comunicarse de los nuevos tiempos.

En este gráfico, se observa claramente la tendencia al aumento progresivo del acceso y la utilización de internet en los hogares de los países de América Latina.

Tabla 1: Tecnologías de Información y Comunicación. Porcentaje de hogares que tienen acceso a Internet



Fuente: CEPAL, Base de datos y Publicaciones Estadísticas - Comisión Económica para América Latina

Queda entonces a las claras que esta herramienta de comunicación masiva como lo es Internet, que permite el consumo, utilización y re circulación de contenidos en múltiples formatos y prácticamente sin limitaciones geográficas, gana terreno paulatinamente en América Latina, y es dónde las generaciones más jóvenes tienen un desenvolvimiento ya claramente consolidado.

Como se lee en el informe publicado por Latinobarómetro²:

De igual forma, al analizar la frecuencia de uso, nuevamente son los más jóvenes, de entre 16 y 30 años quienes la utilizan de forma diaria, con un 25% que afirman usarla varias veces al día. Estos resultados contrastan con los datos del grupo de mayores de 51 años, donde solamente el 6% señala hacer un uso diario de esta tecnología como forma de entretenimiento.

En contraposición, los medios de comunicación dominantes concentrados en la región funcionan todavía con una lógica arcaica. Por ejemplo, en sus transmisiones simulan una participación de las audiencias, al leer los “twits” de sus receptores. Por supuesto, que la selección de estos

² Fuente: Encuesta Latinoamericana de Hábitos y Prácticas culturales 2013, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), cap.22.

“twits” es segmentada y no responde a una real lógica de participación y democratización. En este sentido, Ignacio Ramonet plantea:

Con Internet y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, se ha añadido una mayor potencia contaminante en materia de capacidad de persuasión de los medios tradicionales, que ahora utilizan las imágenes y los mensajes de los ciudadanos para seguir haciendo propaganda. La supuesta democratización de los medios masivos a través de internet ha sido la oportunidad para que cientos de ciudadanos se conviertan a veces en un ejército de propagandistas que a través de tweets o hashtags que siempre que estén en la línea adecuada, serán replicados, y amplificados por los grandes medios dominantes tradicionales. Las redes sociales están siendo utilizadas a modos de drones para bombardear a nuestras conciencias (Ramonet, 2014).

Se torna necesario entonces comprender en profundidad las formas de utilización de los medios de comunicación que hacen hoy las nuevas generaciones, para incentivar su participación real en la construcción de los nuevos medios de comunicación del presente y del futuro en la región, y direccionar ese potencial positivamente.

Si esta apertura de los ámbitos comunicacionales a las nuevas generaciones va de la mano de la acción cada vez más intensa de los movimientos sociales de base de presionar en la dirección de democratizar las comunicaciones, generando sus propios medios, pero también exigiendo desconcentración y desmonopolización de los grandes medios, el proceso de democratización se acelera. Dado que la democratización no puede quedar sólo en el hecho de que se generen radios comunitarias, canales de tv locales, periódicos digitales, ya que la disparidad es enorme en relación a la influencia de los medios masivos monopólicos. Hay una relación muy dispar en cuanto a llegada, alcance, recursos económicos, recursos técnicos, equipos profesionales, etcétera. Entonces además de crear medios de comunicación de base, también tenemos que exigir la democratización y desmonopolización de los grandes medios existentes; o crear nuevos medios donde la propiedad sea participada por los trabajadores y audiencias, y que tengan el mismo alcance, similares equipamientos, recursos técnicos y económicos, para que las nuevas voces de los movimientos sociales, de las nuevas generaciones, también tengan acceso a comunicar sus mensajes masivamente a grandes conjuntos humanos, no que queden sólo en una influencia comunitaria, sino que lo masivo y lo comunitario puedan complementarse.

Por otra parte, para que la participación joven sea plena, es necesario habilitar y ampliar espacios de comunicación autogestivos y co-gestivos, a modo de garantizar una libre y

transformadora expresión generacional, sin que ésta quede prisionera de viejos modelos, moldes y paradigmas sociales.

En cuanto al aporte a la integración regional que pueden hacer las nuevas generaciones, vistas además las generaciones desde la perspectiva del caudal propositivo que representan, es fácil observar en los jóvenes y niños actuales una formación, un paisaje acuñado en la superación de las distancias geográficas y las fronteras establecidas por ordenamientos nacionales definidos en siglos anteriores. La ampliación mental del espacio y el acortamiento de los tiempos son para estas generaciones su entorno primordial. Por ello es que consideramos que son actores privilegiados en los procesos de regionalización y mundialización en curso.

En ese sentido, abrir posibilidades de comunicación para los jóvenes y esta nueva forma de apreciar el espacio, es contar con aliados imprescindibles en la consecución de integraciones reales. Es imprescindible advertir históricamente cómo las intenciones son decisivas en la construcción de nuevas naciones hacia el futuro y no tanto las tradiciones legadas, como comúnmente se asume. Desde este enmarque, que privilegia las direcciones hacia el futuro de las intenciones humanas, es esencial considerar el aporte renovador de las nuevas generaciones, como representantes eminentes de la imagen social venidera en sentido integrador.

En nuestra región se visualizan atisbos de ampliación de espacios de decisión, de inclusión, de participación de los jóvenes en los procesos políticos y sociales, características que es necesario profundizar. Así lo plantea María José Haro en su trabajo “Las políticas de juventud en Argentina y Brasil. Conquistas y desafíos actuales”:

A fines de los '90 con la llegada al poder de Hugo Chávez en Venezuela comienza un nuevo período en varios de los países de América Latina. Ascenden al poder los gobiernos del llamado “consenso progresista”. La enorme informalidad laboral, la inseguridad, las desigualdades y la exclusión llevaron a los gobiernos a implementar acciones de inclusión social de los jóvenes, entendidos como el segmento de la población entre 15 a 29 años. Aunque con algunos resultados interesantes, las limitaciones dentro del campo de la política social continúan presentes, existen abismos entre los discursos, la implementación y el alcance de las políticas. Los jóvenes son reconocidos como sujetos de derechos y actores estratégicos de desarrollo, pero no se les abre el espacio en las instancias decisorias y de disputas del rumbo de la política social ni del modelo de desarrollo vigente en nuestros países (Haro, 2014, p. 23).

Si el proceso de democratización de las comunicaciones va de la mano de una democratización generacional en Nuestra América, donde las generaciones anteriores habiliten a las nuevas, se complementen, trabajen en común y en una misma dirección democratizadora, creemos que vamos bien encaminados hacia una integración regional verdaderamente humana, desde la base social, desde la igualdad de oportunidades y derechos para todos los habitantes de nuestra región, bajo el signo de la paz y la no-violencia en dirección a la consolidación de una Democracia Real, en una Nación Humana latinoamericana que tenga como horizonte futuro a una Nación Humana Universal.

4. Posibilidades y dificultades de la democratización generacional en la región

Según las proyecciones demográficas de CELADE, la región alberga en la actualidad un número aproximado de unos 160 millones de personas jóvenes (considerado el segmento entre 15 y 29 años) y unos 165 millones de niños. En relación a una población total de unos 625 millones de habitantes, esto supone aproximadamente un 26 y un 27%. La desagregación por grupo de edades puede verse en la tabla 2.

Tabla 2: Población de jóvenes por edades en América Latina y El Caribe

		Ambos sexos					
	Edad	0_4	5_9	10_14	15_19	20_24	25_29
País / Año							
América Latina y el Caribe							
2015		53 889	54 277	56 195	56 054	53 792	51 719

Fuente: División de Población del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la Secretaría de las Naciones Unidas. Panorama de la Población Mundial: Revisión 2012. (Recuperado Junio 2015 de CEPALSTAT, Base de datos de Comisión Económica para América Latina)

Es claro que la población latinoamericana es una población relativamente joven, donde hay un futuro prominente si estas nuevas generaciones aportan su nueva sensibilidad a la construcción del proceso histórico. Se torna entonces indispensable el aporte de estas generaciones jóvenes en la dirección humanizadora de nuestra región, por su nueva sensibilidad que da lugar a una nueva espiritualidad que puede manifestarse, una sensibilidad de bondad y comprensión, de complementación, expresando lo mejor que vive en la interioridad del ser humano. Hoy, luego de largas décadas de silencio, los jóvenes comienzan masivamente -una vez más- a ser parte activa en la vida política y social. Es el mismo fenómeno que se manifiesta desde hace algunos años en Latinoamérica, Europa y en algunos países árabes. Una expresión que fue tomando distintas formas: a veces como “indignados” frente a gobiernos neoliberales y a un sistema inhumano, otras como apoyo a procesos populares transformadores y otras tantas con reivindicaciones puntuales pero de fondo, como las masivas movilizaciones de los estudiantes en Chile o Colombia reclamando una educación pública, laica, gratuita y de calidad³. Si esta fuerza generacional asume como proyecto propio la integración humana en la región, para profundizar la democratización en todos los campos, es posible profundizar el cambio verdadero, también interno y espiritual, en función del cambio social, en nuestra región latinoamericana.

Para comprender cómo se da la interacción generacional en un determinado momento histórico, retomamos lo planteado por Javier Tolcachier en *Humanizar la Historia*, más específicamente en el capítulo “El momento histórico como interrelación de distintas temporalidades internas”:

Las generaciones coinciden en un mismo espacio de temporalidad externa, pero difieren en sus acumulaciones de temporalidad interna. A esa fricción se la denomina “dialéctica generacional”. La ineludible confrontación de paisajes no siempre toma las características de antagonismo expuesto y tampoco debe presentarse en una ingenua linealidad de progreso de generación en generación (...) Lo que se está diciendo aquí es que, al tiempo que una generación lanza su respuesta al mundo, arrastra consigo el paisaje de formación antiguo. El resultado es siempre una distancia entre aquello que se pretendía conseguir y el escenario social con que esa generación se encuentra finalmente al acceder a posiciones de poder (...) En cada momento histórico nos encontramos con paisajes históricos diferentes. Es como si bajo la superficie “plana” de un momento, encontráramos pliegues geológicos de temporalidades no coincidentes (Tolcachier, 2014, p. 39).

³ Análisis desarrollado en el artículo “Arranca el Motor Generacional” con motivo de concretarse la Ley que permitió a los jóvenes votar a los 16 años en Argentina. Novotny I., *Pressenza*, 2012 www.pressenza.com/es/2012/09/arranca-el-motor-generacional/

Para que el proceso histórico en Latinoamérica no se cristalice y retroceda en sus conquistas progresistas es muy necesario democratizar el sistema de medios, con el aporte de estas nuevas generaciones, que puedan tener una participación activa en la construcción de otros medios y otra sociedad, desde valores humanistas y no violentos. Es compleja la situación, dada la violenta concentración mediática en nuestra región⁴, que por supuesto frena todo avance democratizador y progresista que perjudique los intereses de quienes detentan el poder concentrado. Es claro para visualizar esta concentración mediática en la región latinoamericana el planteo de Rosalba Mancinas Chávez:

Las tendencias mundiales de la comunicación se ven reflejadas en el desarrollo de los medios de comunicación en Latinoamérica. Quizá una de las tendencias más visibles sea la agrupación de más medios en menos manos, las alianzas y fusiones que se están dando continuamente con el objeto de permanecer en el mercado o como opción única de supervivencia. Obedeciendo a esta tendencia de concentración mediática se crearon grupos gigantescos de comunicación como Televisa, en México; O Globo, en Brasil; Cisneros, en Venezuela y Clarín, en Argentina. Los cuatro grupos son líderes en la producción audiovisual, poseen cadenas de radio y televisión, además de industrias editoriales y producción de música. Gigantescos grupos que poseen las características que definen, según Ramón Reig (2004), a los conglomerados: conectados a redes financieras y tecnológicas, se han ido fusionando progresivamente estableciendo alianzas y acuerdos coyunturales para acciones concretas y para la compra-venta de productos mensajísticos, entre otros (Mancinas Chávez, 2007, p. 466).

Para hacer frente a la concentración mediática, en la región hay distintas situaciones respecto a legislaciones democratizadoras de medios. En Uruguay, la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue aprobada el 22 de diciembre de 2009 en el parlamento. Desde junio de 2013, Ecuador también tiene Ley de Comunicación que fue promulgada en enero de 2014, y definirá los criterios de aplicación de derechos, competencias, obligaciones y deberes de las autoridades y demás actores regulados por la normativa legal. En Argentina, la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en 2009 reemplazó el decreto ley 22.285 de la última dictadura. En Brasil, cuya ley que regula los medios de comunicación data de 1962, el presidente del Partido de los Trabajadores (PT), Rui Falcao, anunció en los últimos meses que

⁴ Es muy detallado el análisis histórico y actual de la concentración de medios en América Latina que hacen Guillermo Mastrini y Martín Becerra en *Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina*, www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-02-mastrini.pdf

promoverá una ley para regular los medios audiovisuales como parte del programa de reformas del segundo gobierno de Dilma Rousseff.⁵

Se vislumbra una tendencia democratizadora de la comunicación en nuestra región que es válido rescatar. Por ejemplo en Argentina, a partir de la aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada en 2009, a pesar de los embates en su contra de los grupos monopólicos principalmente el emprendido por el Grupo Clarín, se han puesto en marcha distintos mecanismos para facilitar el acceso a la producción de contenidos comunicacionales por parte de organizaciones sociales, estudiantes universitarios, y distintos sectores de la base social. Susana Sel (2013) describe la creación de Polos Tecnológicos de desarrollo audiovisual en las Universidades Nacionales:

El Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos es impulsado por el Consejo Asesor del Sistema Argentino de TV Digital Abierta, dependiente del Ministerio de Planificación Federal, Inversiones Públicas y Servicios. El Programa Polos busca instalar y fortalecer las capacidades para la producción nacional de contenidos para la TV Digital. (...) A partir de la división del país en nueve regiones (Polos), se constituye un sistema federal en red donde las Universidades Nacionales nuclean a los actores del sector audiovisual televisivo de cada comunidad para conformar Nodos. Se estima en más de 700 organizaciones nucleadas alrededor de los 9 Polos (p. 142).

En Ecuador, para dar otro ejemplo interesante de nuestra región latinoamericana, El Telégrafo informa en un artículo que “tras 2 años de vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), el balance es positivo para el director de Ciespal, Francisco Sierra, quien considera que la regulación trajo conquistas como abrir espacios a actores que habitualmente no opinaban sobre la información, mejoró las condiciones laborales para los periodistas y fijó el 34% del espectro para medios comunitarios.”⁶ Aunque, igualmente como en Argentina, las dificultades en el proceso democratizador son aún numerosas y depende del empoderamiento del pueblo avanzar en ese sentido.

Por otra parte, puede señalarse a modo de tendencia favorable en el sentido planteado, el progresivo aumento del reconocimiento de los derechos de las nuevas generaciones

⁵ Datos extraídos de “Ley de medios: un debate instalado en América Latina”. Télam, Agencia Nacional de Noticias de la República Argentina. 02/01/2015 <http://www.telam.com.ar/notas/201501/90691-ley-de-medios-america-latina.html>

⁶ ‘La voluntad de ciertos medios es negar que la LOC es una conquista democrática’, El Telégrafo, 24 de junio 2015 / www.telegrafo.com.ec/politica/item/la-voluntad-de-ciertos-medios-es-negar-que-la-loc-es-una-conquista-democratica.html

expresados en la región a través de instrumentos legales. En ese sentido, es necesario destacar el establecimiento de la Convención Iberoamericana de Derechos de los Jóvenes⁷, suscrita por 17 países de los 21 invitados y ratificado hasta ahora por siete, así como también leyes nacionales de juventud en doce países de la región según el siguiente listado compilado por el Centro Latinoamericano sobre Juventud (CELAJU):

Brasil: Congreso Nacional – Ley 11.129, por la cual se crea la Secretaría Nacional de la Juventud y el Consejo Nacional de la Juventud, aprobada el 30 de julio de 2005; Chile: Congreso Nacional – Ley 19042, por la que se crea el Instituto Nacional de la Juventud, promulgada el 1 de febrero de 1991; Colombia: Congreso de la República – Ley 375, por la cual se expide la Ley de la Juventud, aprobada el 4 de julio de 1997; Costa Rica: Asamblea Legislativa – Ley N° 8261, Ley General de la Persona Joven, publicada oficialmente el 20 de mayo de 2002; El Salvador: Asamblea Legislativa – Ley General de Juventud, aprobada el 17 de noviembre de 2011; Honduras: Congreso Nacional – Decreto N° 260 – 2005, Ley Marco para el Desarrollo Integral de la Juventud, publicada oficialmente el 16 de enero de 2006; México: Congreso de la Unión – Ley del Instituto Mexicano de la Juventud, publicada oficialmente el 6 de enero de 1999; Nicaragua: Asamblea Nacional – Ley N° 392 de Promoción del Desarrollo Integral de la Juventud y su Reglamento, aprobada el 27 de febrero de 2002; Panamá: Asamblea Legislativa – Ley N° 42 de creación del Ministerio de la Juventud, la Niñez, la Mujer y la Familia, aprobada el 19 de noviembre de 1997; Perú: Congreso de la República – Ley del Consejo Nacional de la Juventud N° 27802, aprobada el 29 de julio de 2002; República Dominicana: Congreso Nacional – Ley General de la Juventud N° 49-2000, aprobada el 26 de julio de 2000; Venezuela: Asamblea Nacional – Ley Nacional de Juventud N° 37404, aprobada el 14 de marzo de 2002.⁸

En cuanto a la generalización en la promoción de derechos juveniles a nivel institucional, señala E. Rodríguez (2011):

⁷ La Convención Iberoamericana de Derechos de los Jóvenes es un tratado internacional de derechos humanos, firmado el 11 de octubre del 2005 en la ciudad española de Badajoz y vigente desde el 1 de marzo de 2008. Su alcance de aplicación está circunscrito a los 21 países que conforman la Comunidad Iberoamericana de Naciones. La CIDJ es un acuerdo de carácter vinculante que establece el compromiso de los Estados Parte a garantizar a las personas jóvenes de entre 15 y 24 años de edad, sin discriminación alguna, el cumplimiento de los derechos humanos recogidos en el articulado. (Extraído de Diálogos del SITEAL con Ernesto Rodríguez: “Políticas públicas de juventud: hacia el reconocimiento de los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo”, recuperado el 01/07/2015 de <http://www.siteal.org/debates/508/dialogo-con-ernesto-rodriguez-politicas-publicas-de-juventud-hacia-el-reconocimiento-de->

⁸ Recuperado el 01/07/2015 de <http://www.celaju.net/herramientas-de-trabajo/leyes-generales-de-juventud/>

Durante la preparación y celebración del anterior Año Internacional de la Juventud, en la primera mitad de los años ochenta, apenas existían tres países con instituciones gubernamentales especializadas en promoción juvenil en América Latina: el Movimiento Nacional de Juventudes (MNJ) de Costa Rica, el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA) de México y el Ministerio de la Juventud de Venezuela. Desde entonces, se han creado instituciones de este tipo en todos los países de región, lo cual muestra los avances concretados en este sentido.

Por último, a modo de escollo para avanzar hacia la apertura de espacios comunicacionales autogestivos y/o cogestionados por las generaciones jóvenes, cabe tener en cuenta su movilidad inherente, tanto en términos temporales como espaciales. Con movilidad temporal se hace aquí referencia a la dinámica que traslada, en el transcurso de pocos años, a una generación joven a su próxima estación vital, requiriendo por tanto un recambio de protagonistas permanente. En cuanto a lo espacial, es en la franja joven donde se verifica la máxima movilidad geográfica ya sea en el interior de los países, entre países de la región y hacia afuera de la misma. Dicha movilidad guarda relación directa con motivos de estudio, trabajo o conformación familiar. Por otra parte, el proceso de mundialización en curso, con su facilitación de contacto y traslado, tiene un efecto multiplicador sobre esta tendencia de movilidad geográfica como así también el vertiginoso tempo de las mutaciones presentes dinamiza el acortamiento de la frontera generacional por la diferencia en sus paisajes y vigencias internas. De allí que es importante, tener presentes estas dificultades a la hora de anclar medios estables y localizados de comunicación para los jóvenes.

5. Síntesis a modo de conclusión

En síntesis, luego del recorrido teórico y analítico podemos concluir que en el actual momento histórico nuestra región latinoamericana registra una situación con diversas condiciones favorables:

- Cambios progresistas de distinto nivel de profundidad son impulsados, aceptados y reclamados por grandes conjuntos poblacionales;
- contamos en distintos países con legislaciones democratizadoras de los medios de comunicación que deben implementarse en su totalidad;
- existen hoy en el poder político de algunos países de Sudamérica gobiernos progresistas de distintos signo y profundidad en su intención transformadora;
- tenemos la riqueza de un importante porcentaje de población joven que puede hacer su aporte para profundizar el cambio social humanizador, poniendo de relieve su nueva sensibilidad

humana y abra así la puerta al surgimiento de una nueva espiritualidad sincera, no-violenta, bondadosa, complementaria.

- se han multiplicado diversos instrumentos jurídicos, en los que se manifiesta con claridad la necesidad de efectivizar la plena vigencia de los derechos humanos para las generaciones más jóvenes.

Si aportamos a estas condiciones, las propuestas que hemos desarrollado aquí:

-Considerar a la conciencia activa-intencional como motor de profundos cambios humanos.

-Ponderar a las nuevas generaciones como motor histórico, acelerar su participación en los medios de comunicación para así consolidar una democratización generacional.

-Ponderar la acción de movimientos sociales de base en su acción intencional, democratizadora, para profundizar una integración regional desde la base social.

Es entonces que podemos registrar, observar, comprender que los pueblos de nuestra región latinoamericana tienen la oportunidad histórica de dar un salto cualitativo en el desarrollo humano, no-violento, no sólo en la transformación y democratización de sus medios de comunicación, sino también en la consolidación de condiciones superadoras crecientes del dolor y el sufrimiento: donde se desarrolle lo mejor del ser humano, su ciencia, su técnica, su arte, su conocimiento, su transformación constante en dirección humanizadora, concretando paulatinamente las profundas aspiraciones que anidan desde el fondo de la historia en el espíritu humano. Si estas líneas trazadoras se potencian en nuestra región, puede constituirse en un ejemplo, en un efecto demostración, que por supuesto tenga resonancia en la humanidad toda.

BIBLIOGRAFIA

Boni, Federico (2008). "La teoría hipodérmica y el modelo de Laswell". *Teorías de los Medios de Comunicación*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona .

Borón, A. (2014) América Latina en la geopolítica del imperialismo (4ta ed. corregida y aumentada). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones Luxemburg.

Haro, M. J. (2014). "Las políticas de juventud en Argentina y Brasil. Conquistas y desafíos actuales". *Juventud, participación y desarrollo social en América Latina y el Caribe*. Valéria Viana Labrea y Pablo Vommaro (coords.) Secretaría Nacional de la Juventud. Brasil: CLACSO.

Laswell, H. (1927) *Técnicas de propaganda en la guerra mundial*. Michigan: Peter Smith.

Mancinas Chávez, R. (2007). *Industrias culturales en américa latina: la tendencia a la concentración frente al potencial crecimiento del mercado*. México: Universidad Autónoma de Chihuahua.

Mastrini G. y Becerra M. (2007) en *Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina*. País Vasco: Universidad del País Vasco.

Ramonet, I. (2014). *Medios de comunicación y democracia*. Conferencia magistral del Dr. Ignacio Ramonet durante el I Congreso de Comunicación. Costa Rica: Colegio de Periodistas de Costa Rica

Rodríguez, E. (2011) *Políticas de Juventud y Desarrollo Social en América Latina, Documento de Trabajo*. VIII Foro de Ministros de Desarrollo Social de América Latina. 11 y 12 de julio de 2011. San Salvador: Oficina Regional de Ciencia para América Latina y el Caribe, UNESCO.

Sel, S. (2013). "La democratización comunicacional en Argentina. Avances en políticas públicas y obstáculos económicos, políticos y culturales". *Avances en los procesos de comunicación en América Latina*. Glenn Postolski [et.al.]; Coordinado por Marcos Dantas (1a ed). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.

Silo (1996). *Diccionario del Nuevo Humanismo*. Mendoza, Argentina: Magenta Ediciones.

Silo (1993), *Cartas a mis Amigos*. Mendoza, Argentina: Centaurus Ediciones.

Silo (2006). *Apuntes de Psicología*. Rosario, Argentina: Ulrica Ediciones.

Tolcachier, J. (2014). *Humanizar la historia*. Santiago de Chile: Virtual Ediciones.