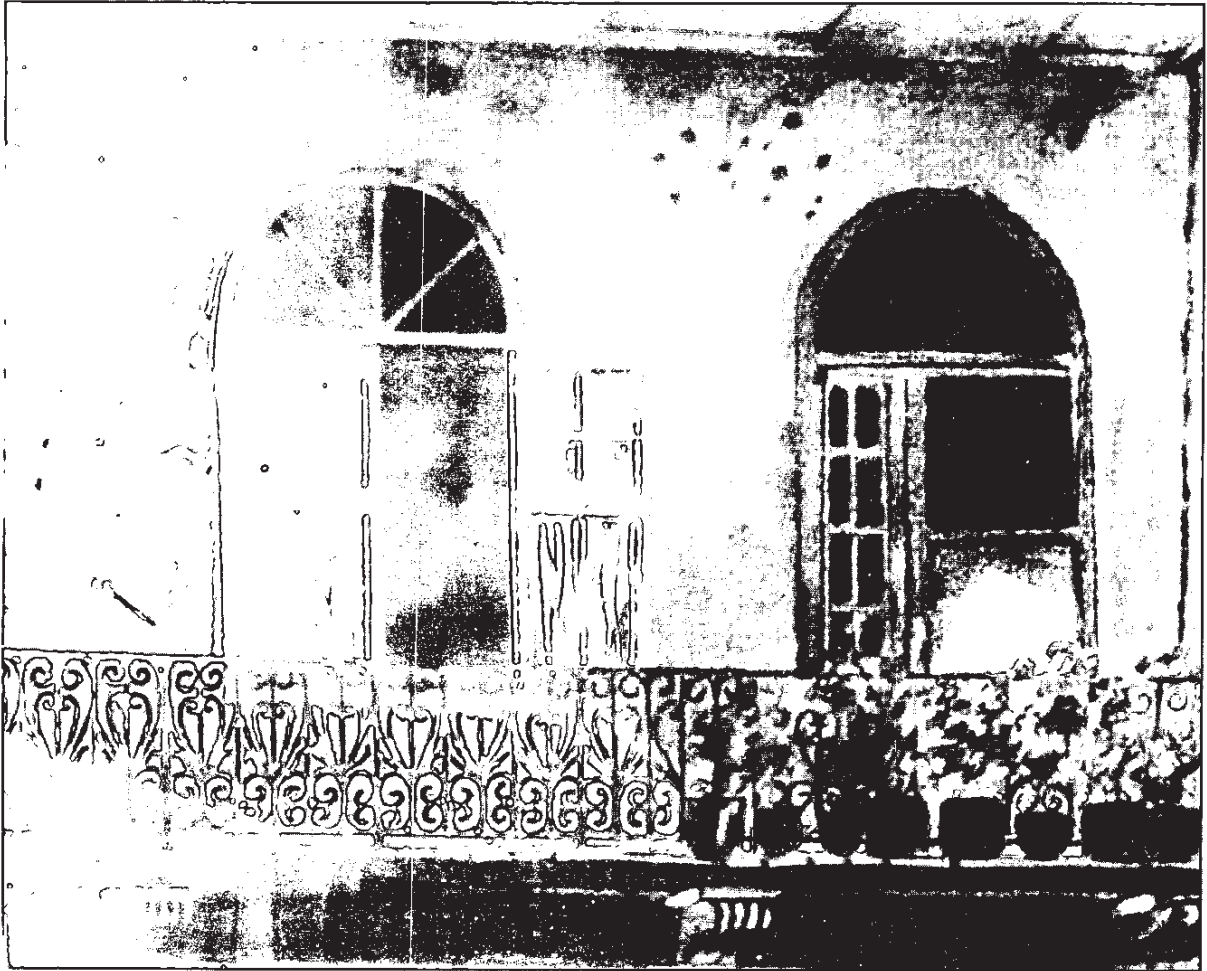


Nuevas miradas, en la comunicación social



M

ientras en América Latina, la ALAIC, que agrupa al mayor número de investigadores en el subcontinente, plantea las preocupaciones del comunicador en temas como la Sociedad de la información, las industrias de la comunicación, el desafío de la globalización, la comunicación organizacional y sus convergencias entre lo público y lo privado, la comunicación ciudadana y la diversidad cultural y el desarrollo, en la península ibérica una de las mayores preocupaciones, tiene que ver con el impacto de las nuevas tecnologías, el establecimiento de agendas en medios de comunicación, y los cambios climáticos, el consenso científico, la construcción mediática y los paradigmas de la comunicación para la sostenibilidad.

Esta delimitación tiene que ver con el desarrollo desigual y combinado vigente en América Latina, y una España que cada vez más acentúa su pertenencia a la Unión Europea,

mirando siempre a temas característicos del primer mundo, como por ejemplo, la construcción mediática de lo ecológico. Asimismo, está presente la regulación de los medios audiovisuales de proximidad ante la digitalización en España, que ha generado una de las transformaciones más grandes del periodismo en lo que va del plomo a la luz. En Europa y los Estados Unidos es común el hecho de que el "Teletrabajo" constituye una práctica generalizada, donde hace más de 30 años, ya había casi ocho millones de teletrabajadores. Al parecer, en algunas naciones industrializadas, creció en forma lenta pero significativa, de tal manera que hoy el teletrabajo desde el hogar, agrupa a más comunicadores y profesionales de las ciencias sociales. (j) Habría sido J. Nilles, el autor del concepto de "teletrabajo", como lo usó en 1972 en California, Estados Unidos. Allí, esta modalidad del desplazamiento del trabajo de la ciudad, al trabajo en casa, el interés gubernamental implementó "carreteras de información". Como ya es de conocimiento general, se trata de integrar la informática o telemática, a todos los productos de la simbiosis telefonía-computación.

Línea de reflexión sobre comunicación, educación y desarrollo

En América Latina se indaga cada vez más en la línea de Comunicación y Ciudad, en la economía política de las comunicaciones, en los estudios de recepción, en ética y comunicación, y en temas más exóticos como la "Folkcomunicación" que ha cobrado especial importancia en el Brasil, en donde se interrelacionan la ecología, el trabajo, la religión popular y el discurso del folclor.

En la línea de los estudios de recepción en América Latina, y en el de Comunicación y Ciudadanía, son notorios los aportes. Por ejemplo, la estructuración de audiencias populares y la construcción de sentido en programas participativos en ciudades donde la violencia azota a la población civil. Un ejemplo visible es la experiencia de comunicación popular en zonas como Los Montes de María en los departamentos de Sucre y Bolívar, en donde con el apoyo de la Unión Europea, se ha tejido el programa de la Fundación que lidera el Programa de Desarrollo y Paz de Montes de María desde 2004. Desde sus inicios, la Facultad de Ciencias Sociales y Educación ha realizado un importante trabajo que articula las estrategias comunicativas con la pacificación de la sociedad.

El fortalecimiento de las organizaciones de base en redes coherentes, sin sesgos de credo, sexo, edad, ni etnias, acoge la participación de las iglesias, el gobierno, las instituciones educativas, las empresas privadas y las entidades de cooperación internacional.

Lo que anteriormente se conocía en los años setenta como la comunicación alternativa, en donde abundaron los trabajos de Mario Kaplún y Antonio Pacualí, ha dado un viraje hacia los medios comunitarios y ciudadanía, desde los cuales se analiza la descomposición entre el discurso sindical y el trabajo de las bases en una organización política dada. Las estrategias comunicativas incorporan la música, la danza, los medios audiovisuales, el uso productivo de la tierra mediante el trabajo colectivo, y la creación de artesanías, desde la cual, las mujeres reconstruyen su historia oral.

Halonados por las preocupaciones del mundo desarrollado, algunos investigadores latinoamericanos empero, navegan también en las aguas de la Comunicación para el Desarrollo Sostenible que es una fusión de la Comunicación Ambiental y la Comunicación para el Desarrollo. Esta ha sido especialmente impulsada por organizaciones ambientales internacionales como la Unión Mundial para la Naturaleza y la Unesco. Sin embargo, todavía no ha madurado lo suficientemente para considerarla una línea de investigación sólida y coherente y no está presente en la agenda de los investigadores, que han estado más abocados a la sociología de la comunicación, al estudio de los procesos culturales, o a los de la pedagogía social.

La importancia de la Comunicación para el Desarrollo Sostenible es muy significativa, cuando se reconoce que es imperioso cambiar el paradigma de desarrollo existente, para que no se continúe socavando la base de recursos ambientales, y profundizando así, la crisis ambiental y económica de América Latina. El tema del medio ambiente en las últimas décadas ha pasado de ser marginal a ocupar un lugar preponderante en las agendas internacionales por su importancia en los procesos de desarrollo. Por ello, el periodismo ambiental, que hace parte de nuestro currículo, es un área que ha atraído a una gran cantidad de comunicadores en los distintos medios masivos y en las publicaciones especializadas.



La Comunicación Ambiental como un área de especialización, se hace urgente a medida que los procesos de deterioro de la naturaleza se agudizan y, ya no son vistos de forma aislada, sino como un conjunto de elementos estructurales en el proceso de la globalización. Luego, partiendo de una explicación de las causas de la crisis ambiental global y de la problemática de la necesaria preservación de la naturaleza en América Latina, se discute el papel de la investigación en esta área del conocimiento.

Línea de investigación en periodismo y cultura

La actualidad, que se ha vuelto tan mezquina, nos enfrenta a la alternativa de no poder optar dentro de una pluralidad informativa, quitándonos la posibilidad de elegir dentro de qué línea editorial nos podemos manejar con comodidad a la hora de desarrollar nuestro trabajo, a quienes laboramos en los medios nacionales y regionales, o la posibilidad de elegir entre una necesaria cantidad de posibilidades informativas. Estas afirmaciones, se desprenden de una investigación que se está desarrollando por algunos investigadores en el seno de ALAIC, analizando las fusiones que se concretan a diario dentro de las empresas periodísticas que, poco a poco, van conquistando el oligopolio de la pluma, concentrando los medios de comunicación en pocas manos.

Recogiendo la tradición de Álvaro Cepeda Samudio, Héctor Rojas Herazo, Gabriel García Márquez, Manuel Zapata Olivella, y Gustavo Ibarra Merlano, nuestra línea se inscribe en la línea del PERIODISMO LITERARIO o periodismo narrativo, que visualiza al periodismo desde la cultura, entendida como el tinglado de representaciones a partir de la cual hacemos inteligible el mundo que nos rodea.

Instituciones como la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, han trabajado en esta línea, la cual se nutre de los siguientes ejes temáticos: TÉCNICAS BÁSICAS, las cuales afinan los métodos de investigación, reportería, narración y edición, así como los géneros periodísticos básicos que varían de acuerdo con el medio: el cine, la radio, la prensa y la televisión.

Este eje se fundamenta en los aportes de Ryszard Kapuscinski, Jon Lee Anderson, Alma Guillermoprieto, García Márquez, Tomás Eloy Martínez y Miguel Ángel Bastenier, entre otros, que cultivan esta manera de contar. Daniel Samper Pizano, uno de los periodistas mas

comprometidos en este enfoque plantea lo siguiente: "El aporte de la literatura al periodismo se concentra sobretodo en el despliegue de recursos que ha desarrollado la narrativa de ficción para dar la sensación de verdad, para recrear un suceso o un personaje, para comprometer al lector con el texto, para hacerlo partícipe de una experiencia."(++)

Dentro de estos recursos se destacan: el empleo de diálogos para dar agilidad al texto; la retención de información, para crear suspenso; el manejo del tiempo, no lineal, la multiplicidad de escenarios, y la descripción impresionista que añade al texto luces y sombras sobre la realidad descrita.

El SEGUNDO eje temático tiene que ver con la ÉTICA que es un eje transversal a la carrera. Al respecto, decía García Márquez, que: "La ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón".

EL TERCER EJE, se refiere a los PROBLEMAS Y PROCESOS DE AMÉRICA LATINA, ya que es urgente conocer los temas sociales, y ser capaz de tener las herramientas suficientes para leer y entender estadísticas, indicadores, tendencias de gasto público, y políticas de Estado. Dentro de nuestro currículo este eje se trabaja desde la Historia del Periodismo, que no es una descripción cronológica de eventos, sino un análisis de las coyunturas sociales y políticas que ubican en un contexto particular a los hechos.

EL CUARTO EJE, es el que trata la situación actual de los periodistas, las empresas de comunicación, las fuentes y la sociedad civil. Se trabajan autores como Jean Francois Fogel, escritor y periodista francés, asesor de *Le Monde*. Desde este eje nos proponemos que las empresas periodísticas reflexionen acerca del camino para mejorar los contenidos informativos y los mecanismos internos de trabajo, como estímulo a sus periodistas, respeto hacia sus lectores y fórmulas del mercado.

Dentro de nuestro currículo se trabaja este eje, desde cátedras como Comunicación Organizacional y Montaje de Empresas Periodísticas.

* Sara Marcela Bozzi
Directora Unicarta. Docente de la Universidad
de Cartagena. Doctora en Ciencias de la Información
La laguna, España.