

Retos comunicacionales de la integración soberana de América Latina y el Caribe

Por: [Javier Tolcachier](#)

Globalización, 20 de mayo 2019

Región: [América Latina, Caribe](#)

Tema: [Comunicación](#), [Integración regional](#)

Para apresar la dimensión del desafío comunicacional de la integración soberana de América Latina y el Caribe, debemos comenzar por el tema más elemental: la difusión. El grado de difusión depende en primera medida de las agendas mediáticas y las agendas dependen del interés de los propietarios de los medios masivos de comunicación y la internet. Aún cuando todos conocemos su grado de concentración, bien vale un brevísimo muestreo.

Según una clasificación de Mastrini y Becerra pueden diferenciarse tres niveles en los grupos informacionales comerciales. En el nivel global operan grupos transnacionales cuya lógica se construye a partir del funcionamiento del mercado estadounidense. En un segundo nivel hay 50 grandes grupos con sede en Europa, Estados Unidos o Japón, que operan a nivel regional. En el tercer nivel confluyen grupos líderes en mercados domésticos nacionales o subregionales, estando éste conformado por unas 90 corporaciones.[1]

Bien vale actualizar este escenario según el monitoreo realizado por Reporteros sin fronteras con aliados locales como Intervezes, Tiempo Argentino, Cencos, Ojo Público, y otros. Tomemos lo que sucede en Brasil, México y Argentina a modo de ejemplos significativos:

En Brasil, “a pesar de toda la diversidad regional existente en el país y de las dimensiones continentales de su territorio, los cuatro principales grupos de medios concentran una audiencia nacional exorbitante – que supera el 70% en el caso de la televisión abierta, medio de comunicación más consumido en el país. El Grupo Globo alcanza por sí solo una audiencia mayor que las audiencias sumadas del 2º, 3º, 4º y 5º mayores grupos brasileños.”

En México, 11 familias controlan más de la mitad de los medios más importantes con las mayores audiencias y, además, reciben la mitad del presupuesto de publicidad oficial. De 42 medios con amplia influencia se encontró que en el 84% de los casos, los dueños tienen relaciones familiares o de negocios con políticos reconocidos.



Democratización de los medios de comunicación en América Latina, una tarea pendiente

En Argentina, los cuatro principales grupos de televisión (entre canales abiertos y señales de pago) concentran el 56,7% del encendido en la zona de Bs As y Gran Bs As. Los mayores grupos en la industria televisiva son Clarín y Viacom. El Grupo Clarín domina el 43% del mercado de diarios. En radio los cuatro principales grupos empresariales detentan el 53% del encendido. Entre los seis medios digitales informativos de mayor audiencia, cuatro pertenecen al Grupo Clarín.

Varios de los multimedios mencionados actúan a su vez en el mercado de las telecomunicaciones, con posiciones dominantes en el tramo final de acceso a internet. A todo esto se suma la operación de grupos transnacionales, fundamentalmente estadounidenses y españoles.

Por otro lado, el entretenimiento constituye la mayor parte de la programación de estos conglomerados. Por ejemplo en Ecuador, según datos relevados por Cordicom en 2018, la porción dedicada al entretenimiento es del 48,91%, los contenidos de tipo formativo, educativo y cultural representan el 24,30%, la programación de tipo informativo es del 13,76%, mientras los demás contenidos no superan el 13,02% en su conjunto. Una matriz que encuentra réplica en otros países.

De la pequeña porción informativa, a su vez, el contenido se dedica en gran parte a temas locales y nacionales. Y del segmento internacional, la mayor parte está dedicada a desastres o noticias de alto impacto.

Nuestros sueños no caben en sus canales

Si la cantidad de notas en las que se difunde la integración regional es muy reducida, la misma estrechez caracteriza el signo de las mismas. Dada la proporción de medios dominados por grupos empresariales, es obvio que sus agendas muestran apenas lo ineludible en el ámbito institucional señalando tan sólo aquellos aspectos que favorecen sus intereses. En la mira de estos conglomerados, la integración es tan sólo la posibilidad de hacer buenos negocios transfronterizos.

El Informe sobre Integración regional y medios de comunicación realizado por el Observatorio de Política Internacional (Noviembre 2013) se dedicó a rastrear la visibilidad periodística de los organismos regionales oficiales de integración soberana, como Mercosur,

Unasur, Celac, Caricom, Petrocaribe y ALBA, para lo cual monitoreó durante 6 meses 100 medios y 34 agencias en 2013, un momento en que la integración institucional tenía fuerte empuje. Entre otros hallazgos, señaló ...”Registramos que un amplio grupo de medios gráficos tienen una visión crítica de los procesos de integración mencionados y reflejan claramente una visión política de estos procesos. Su postura editorial es ideológicamente opuesta a procesos como el Mercosur o Unasur. En algunos casos, estos medios críticos evidencian una nostalgia de dispositivos como el ALCA y, en la mayoría de ellos, surge una defensa cerrada de otras iniciativas como la Alianza del Pacífico”.

“Asimismo, un dato llamativo es que las noticias positivas que puedan surgir de la integración (acuerdos comerciales, integración tecnológica, convenios en materia turística o educativa) aparecen fuera de las secciones duras de los diarios y son publicadas en aquellas de menor impacto.

Otra particularidad detectada es la retroalimentación de las críticas hacia estos procesos políticos en diarios y periódicos que comparten una misma postura en distintos países de la región.”

En la misma línea, los medios hegemónicos han ponderado excesivamente cada tratado de libre comercio, han saludado el realineamiento geopolítico de algunos gobiernos con EEUU y Europa, han sido pilares fundamentales para el resurgir de la alicaída OEA y se han hecho eco de la ofensiva contra las instituciones de integración generadas en la Década Ganada.

Es importante agregar que en su propia estrategia los organismos de integración no lograron ir más allá de una concepción comunicacional de relaciones públicas, emitiendo señales formales incapaces de penetrar en las agendas populares. Sus sitios webs, por ejemplo, contienen profusa documentación, organigramas y abundancia de fotografía protocolar. Se entiende que tengan escaso tráfico. Si bien cuentan en las redes sociales comerciales con varias decenas de miles de seguidores, su actividad en ellas es intermitente y con poca visualización y retroalimentación.

Como excepción pueden señalarse algunas acciones de interacción con la comunidad, entrevistas de sus secretarios generales, funcionarios, parlamentarios y actividades culturales o relacionadas con el ámbito académico.

La grandeza de varias iniciativas emprendidas en los Consejos sectoriales de UNASUR, propuestas como la nueva arquitectura financiera regional o la construcción de un anillo de fibra óptica Suramericano, el Foro de Participación Ciudadana, la Escuela de Defensa, el instituto de Salud, la Escuela de Mediadores de Paz, la ciudadanía Suramericana o en el marco de la CELAC, el tremendo significado de la declaratoria de América Latina como Zona de Paz y el Plan para la erradicación del hambre en conjunto con la FAO, la solidaridad energética de PetroCaribe, la institucionalidad de los Derechos Humanos del Mercosur o el espíritu de cooperación en el marco de ALBA por sólo mencionar algunas, no han tenido la cobertura que se merecen o han sido distorsionadas.

Los medios de propiedad estatal tienden a reproducir un esquema similar, asimilando en sus noticias la integración regional a cumbres de mandatarios y a firmas de acuerdos, de los que luego generalmente nadie se acuerda. Sólo las agencias de noticias en países gobernados por la izquierda y los medios afines a la emancipación como Telesur, continúan con permanencia la cobertura de eventos de integración soberana, aunque muchas veces reproduciendo el mismo esquema.

Como consecuencia de todo esto, la percepción que tiene la ciudadanía de a pie de la integración regional es una nebulosa distante, poco atrayente, poco comprensible y a cargo exclusivo de actores institucionales y gobiernos de turno.

Comunicación democrática o nada

Por su parte, un gran número de medios comunitarios, universitarios, cooperativos y alternativos, portales de noticias dedicados a América Latina y el Caribe, agencias de información regionales, redes radiofónicas y de educación popular, televisoras comunitarias y articulaciones regionales de medios se esfuerzan en abarcar la región y sus procesos de integración. En el caso de los medios comunitarios, la intención de aportar a la construcción de una Patria grande es manifiesto y su esfuerzo doblemente valorable, ya que por sus características tienden a priorizar los contenidos de proximidad.

Por esto mismo, la comunicación popular ha construido un extenso tejido colaborativo, que le permite cubrir y difundir con solidez aunque con menor impacto de audiencia, lo que los medios hegemónicos no muestran. En las agendas comunitarias existen no solo los eventos y actividades oficiales interestatales, sino una nutrida pauta de acciones colectivas de integración desde los pueblos, en sus diversas facetas. En este tejido deberían apoyarse los gobiernos progresistas y de la izquierda fortaleciendo su funcionamiento a través de una alianza público comunitaria, en vez de continuar alimentando a los enemigos de la democracia, los medios del gran capital, con pautas fabulosas.



Bajo el gobierno de Mauricio Macri Argentina dejó de transmitir la señal de la cadena de noticias TeleSUR

La estrategia de insertar publicidad oficial en los medios dominantes para propagandear la actividad de gobierno es una visión de corto plazo, ya que da sustento económico a quienes nunca estarán del lado del pueblo.

Del mismo modo, la partidización de los medios públicos como aparatos de propaganda de las acciones de gobierno y la promoción institucional de la integración regional a través de

ellos se ha demostrado ineficiente.

Así, llegamos a algunas conclusiones estratégicas:

1) La difusión de procesos de Integración regional emancipadores con sentido social está unida por un mismo eje a la lucha por la desconcentración del poder mediático o la democratización de la palabra.

2) Los medios comunitarios, alternativos, cooperativos, universitarios, indígenas pueden constituirse en eje difusor de la integración regional desde la perspectiva de los pueblos formando redes, articulaciones y alianzas comunicacionales permanentes de colaboración.

3) Los movimientos populares, la izquierda y el progresismo deberían ver a estos medios como sus aliados estratégicos para la emancipación. En el caso de llegar al gobierno, debería establecerse una alianza comunicacional público comunitaria, en la que el grueso de la pauta publicitaria, el apoyo tecnológico y otros convenios colaborativos, fortalezcan a los medios democráticos y representativos de la base social. Así cobrará más cuerpo la comunicación para la integración.

Luz, cámara y acción

Al mismo tiempo hay una gran disputa de sentido en el microrelato mediático cotidiano. Esta es una batalla que debemos dar. Mientras los medios monopólicos actúan como caja de resonancia de la desintegración y la xenofobia, distorsionando por ejemplo los efectos del aumento en la migración, la estrategia comunicacional integradora debería aprovechar todos los espacios para ponderar las buenas prácticas.

Tan sólo a modo de muestra, podríamos citar entre los efectos positivos inmediatos y directos de la colaboración entre naciones y la integración regional, reconocibles por la población, la cooperación en la atención médica, la preservación de la paz, el abastecimiento petrolífero a precios subvencionados y con facilidades crediticias, mejoras en la infraestructura y el transporte, la validación recíproca de estudios, la facilitación de la movilidad humana, el aporte cultural de los migrantes, facilidades de intercambio comercial para pequeñas empresas y cooperativas de producción, el intercambio de experiencias positivas en diversos campos, etc. La idea central debiera ser acercar las bondades de la integración y los efectos nefastos de la desintegración a la vivencia cotidiana de los pueblos.

Pero más allá del aspecto meramente informativo, son las acciones de articulación de los movimientos sociales, las organizaciones políticas y las redes sectoriales las que logran generar conciencia popular sobre la integración soberana. La capacitación de los militantes, los encuentros permanentes, las acciones comunes, la solidaridad recíproca en las luchas locales, las Cumbres de los Pueblos en paralelo a las de los estamentos oficiales, han ido forjando un entramado social de producción de sentido integrador, al par de posicionarse enfáticamente contra los repetidos embates neocolonizadores.



De acuerdo con Javier Tolcachier, en la gente va creciendo una mayor comprensión sobre cómo los conflictos trascienden las fronteras de los países y ya hay una búsqueda persistente de convergencia en las luchas

Importante es también el aporte realizado por la academia, que ya ha comprendido que debe rebasar su propio ámbito de producción de conocimiento para interactuar más efectivamente con las comunidades y los pueblos.

Al mismo tiempo, el arte y las diferentes manifestaciones culturales forjan conexiones profundas, divulgando y aunando en sonido y estética las historias de la región.

En la gente va creciendo una mayor comprensión sobre cómo los conflictos trascienden las fronteras de los países y ya hay una búsqueda persistente de convergencia en las luchas. La agresión que sufren hoy Venezuela, Cuba, Nicaragua y Bolivia, el encarcelamiento de Lula, de Milagro Sala y tantos otros prisioneros políticos, el asesinato de líderes sociales en Colombia, el fraude hondureño, la asfixia del pueblo haitiano, las protestas campesinas en toda la región, los peligros para la paz, el reclamo del estudiantado en Chile, la corrupción, las reivindicaciones indígenas, la persecución mediático- judicial a líderes progresistas, el ataque a las conquistas sociales, los feminicidios, todas son causas comunes para buena parte de los sectores populares organizados de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, nuestro objetivo debe ir más allá de la reivindicación o el beneficio de coyuntura, debe ser más que una reacción ante la brutalidad del intento neocolonizador. Nuestro relato tendría que tender a la ampliación del sentido de identidad, a la construcción intencional de un hogar latinoamericano caribeño en el que la injusticia de siglos pueda ser reparada y nuevas injusticias prevenidas, un espacio amable y protector para todas y todos. Ese es el reto y el sentido histórico de la integración regional, la unidad soberana y solidaria de todas las naciones y pueblos que habitan América Latina y el Caribe.

Javier Tolcachier: *Investigador del Centro de Estudios Humanistas de Córdoba, Argentina y comunicador en agencia internacional de noticias Pressenza. Participa activamente en el Foro de Comunicación para la Integración de NuestrAmérica y es miembro de la Red de Intelectuales, Artistas y Movimientos Sociales en Defensa de la Humanidad.*

Nota del Editor: *Esta ponencia fue expuesta en el Seminario internacional "El Dilema de la Integración y la Desintegración en América Latina", Biblioteca de la Universidad Central de Ecuador, Quito, 15/06/19*

Notas:

[1] Extraído de Brieger, Pedro et al. Cuaderno de trabajo Nro. 1: Integración regional y medios de comunicación. Observatorio de Política Internacional. H. Senado de la Nación Argentina - Universidad San Martín. Noviembre 2013.

La fuente original de este artículo es Globalización
Derechos de autor © [Javier Tolcachier](#), Globalización, 2019

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: [Javier Tolcachier](#)

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca
www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca