



Contratexto

ISSN: 1025-9945

contratexto@ulima.edu.pe

Universidad de Lima

Perú

Alfaro, Rosa María
Derechos comunicativos para la afirmación ciudadana
Contratexto, núm. 13, 2005, pp. 46-72
Universidad de Lima
Surco, Perú

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570667393002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Derechos comunicativos para la afirmación ciudadana

Rosa María Alfaro

Para decir quiénes somos requerimos acreditar desde qué percepción de la realidad partimos, qué es lo que venimos realizando desde que nacemos y hacia dónde vamos, aunque el futuro no sea evidente. Es decir, expondremos sobre nuestro devenir, insertos en el Perú, que es donde nos ha tocado emprender esta gesta. Apostamos por el país que queremos porque es nuestro y porque sabemos con certeza que contamos con grandes capacidades nacionales para progresar con equidad, aunque todavía nuestras fortalezas estén dispersas. Nos merecemos un país mejor y medios de comunicación que acompañen nuestras esperanzas. Ese es el desafío. La experiencia que estamos viviendo se encadena con otras y en diversos países latinoamericanos, que con sus observatorios y veedurías de diferente estilo están forjando nuevos lugares de conciencia en el continente.¹

1 REY, Germán. "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y veedurías en medios de comunicación en América Latina". Ponencia presentada en Buenos Aires, en agosto del 2003, en reunión promovida por la Fundación Ebert.

Un contexto conflictivo para la participación ciudadana en los medios de comunicación

Derechos ciudadanos difíciles de ejercitar

En nuestros países es aún difícil pensar la apropiación y ejercicio de derechos individuales en el campo de la comunicación. La vinculación tan fuerte de los medios audiovisuales con el entretenimiento, esa dependencia excesiva del mercado y la publicidad, la carencia de responsabilidades empresariales mediáticas, el ausentismo del Estado como actor regulador, el que los públicos no paguen por su uso y la carencia de leyes o exigencias competitivas en el otorgamiento de licencias, entre otros factores, crean dispositivos naturales de aceptación indulgente de la oferta mediática en la ciudadanía. De esa manera, se ha constituido una relación de entidades privadas con el mundo también privado de la gente, desde el hogar. Es decir, más que un bien público, para muchos el medio constituye un factor de goce, en calidad de regalo, para compensar una vida cotidiana casi siempre difícil de sostener. Así, la demanda desde este marco constitutivo no suele pasar naturalmente por resistencia significativa alguna, menos aún por una exigencia de calidad, especialmente cuando estos medios son asociados al acceso a nuevas tecnologías como si

fuesen un boleto de viaje a la modernidad y a otros mundos, o como un ensayo permanente de inclusión simbólica desde cada individuo, aunque carezca de bases reales.

Esta situación se afianza cuando los públicos no reciben desde su infancia una significativa educación para la comunicación y por lo tanto no conocen sus derechos en este campo. La responsabilidad principal de esta carencia estaría en las escuelas y las familias. Pero tampoco se hace cargo de ella la sociedad en su conjunto, incluyendo a los medios. A pesar de ser estos tan importantes en nuestras vidas, no se ofrecen pedagogías referidas al procesamiento del placer y la adquisición de información como un desarrollo formativo indispensable, capaz de producir cuestionamientos. No se percibe a los públicos con capacidad de crecer y sensibilizarse hasta en sus gustos. Es también significativo que no exista en el país una preocupación analítica y propositiva sobre los medios. Los comentaristas de radio y televisión son escasos y la crítica analítica no es su principal virtud.

Desde los medios hay intolerancia con respecto a la reprobación, por ello más bien gana la abstención. No existen defensorías del lector ni de televidentes u oyentes, instancias que podrían posibilitar una participación ciudadana formativa y legitimar la crítica

como un ejercicio ciudadano natural. Desde otros sectores los medios son mirados como culpables y malignos en sí, solo asociados al ejercicio de una racionalidad intelectual o de un moralismo excesivo, pues no se aceptan el entretenimiento y el goce como aspectos positivos del ser humano. Posición que lamentablemente ayuda a forjar una contradicción ficticiamente irremediable.

*Es también significativo
que no exista en el
país una preocupación
analítica y propositiva sobre
los medios*

Históricamente hemos asistido, en el siglo XX, al tránsito de una cultura oral a otra audiovisual sin pasar por la escrita, en la formación de nuestras culturas nacionales populares desde los medios masivos,² especialmente a partir de lo televisivo y lo musical, ejerciendo así la imagen y el ritmo una fascinación altamente comunicativa para todos, pero especialmente para

aquellos que se sitúan lejos de la lectoescritura, que son muchos. Las audiencias, si bien saben de la mediocridad de los medios y los critican duramente,³ se sienten conectados a ellos culturalmente. Hay, incluso, un acumulado implícito de agradecimientos por la diversión otorgada y porque se puede reír o llorar adquiriendo reconocimiento, pues satisface saber de otras historias, sentir e informarse de lo que pasa desde la mirada fácil, en momentos de esparcimiento y hasta de coincidencia con la propia identidad. Entonces, el público se sitúa en una paradoja, pues es un contento y un descontento a la vez con respecto a los medios, y es difícil que sus derechos comunicativos influyan en resolverla, ya que no los conocen.

Pero como somos personas de múltiples facetas y solemos asociar simbólicamente ficción y realidad, por ello también establecemos comparaciones entre las ofertas mediáticas que nos satisfacen y los problemas sociales que aparecen y se ocultan desde los medios. Los ciudadanos latinoamericanos, individuales y organizados, reco-

2 MARTÍN BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 1998, (tercera parte).

3 Como se demuestra en muchos sondeos, consultas y estudios de recepción de Calandria y de la Veeduría, unos colocados en el libro *Ciudadanos de a de veras* (Calandria, 2003) y en el texto de *Hecha la trampa bay que instaurar la ley* (Veeduría y British Council, 2003).

nocen qué está bien y qué está mal en cada país y hasta en el mundo. En nuestros escenarios no solo existen movimientos sociales de protesta sino que los países mismos ya se están definiendo como sociedades en movimiento, casi impredecibles en sus búsquedas y demandas. En ese sentido social, la agenda cotidiana de los medios es distinta a la ciudadana, aunque por momentos se den encuentros. Si bien los medios podrían ingresar fácilmente al mundo de las expectativas ciudadanas de cambio social, no es así, pues han optado por el entretenimiento fácil de “lo que le gusta a la gente” sin conocer a sus audiencias más a fondo,⁴ no midiendo ni valorando sus aspiraciones por lo nuevo y lo útil.

Hasta en la información política la oferta periodística le quitó pasión a lo social, a pesar de que lo administran desde la descripción de hechos y la presentación de casos sociales. El supuesto es que la pobreza y el trabajo son entendidos como temas aburridos, por lo tanto, no se visibilizan ni se discuten con amplia participación. Muchos reconocen que los medios hacen poco por desarrollar el país y por me-

jorar la situación de la sociedad, y que la denuncia es una estrategia insuficiente para ese fin.

Es allí donde se ubica la Veeduría, inserta en esas aparentes contradicciones entre el gusto y la aspiración de cambios de la ciudadanía, entre las ansias de ser reconocidos de manera visible y el conocimiento de sus derechos a la pluralidad, la verdad y la libertad de expresión. Entendemos que estos son aspectos complementarios de la demanda y no opuestos. Y es desde esos desasosiegos e insatisfacciones donde tejemos alianzas con los públicos de los medios, apostando a una nueva relación entre medios-sociedad-cultura, más allá del escándalo palaciego, en la búsqueda de un futuro poder ciudadano también mediático pero ligado al deseo y la acción de tener algún día una sociedad donde reine la equidad y la colaboración mutua. Así se podría ligar un nuevo proyecto de país altamente comunicativo con otro de cultura cotidiana y popular. El derecho a ser mejores nos asiste a todos, también en el nivel de nuestras sensibilidades y gustos.

4 Los métodos cuantitativos que se usan son restringidos y entendidos solo como reacción a la demanda ofrecida, en términos de sintonía y no de satisfacción, menos de opinión. Hasta los métodos cualitativos no intentan conocer a los públicos por sí mismos y con perspectiva de futuro sino exclusivamente como reacción a la programación ofrecida.

La corrupción nos persigue también desde los medios

Estaba a nuestro favor el compromiso de muchos medios con el autogolpe y el fraude electoral del ex presidente Alberto Fujimori. Y el develamiento de la corrupción mediática evidenciada por los “vladivideos” hirió hasta las sensibilidades más duras y autoritarias del país. Las imágenes de bodeques de billetes a cambio de violar la tan defendida libertad de expresión hicieron evidente la poca solidez del castillo mediático independiente, estábamos frente a cavernas en descomposición. De esa manera pudimos comprobar cómo la visibilidad del poder era importante para conocer su rostro real. Los medios requerían comportamientos de transparencia que aún hasta hoy no se demuestran. Punto a favor para el lenguaje audiovisual y su compromiso posible con la democracia, porque nos mostró nuestra miseria moral, pero punto en contra para los empresarios de medios y sus proyectos aparentemente comunicativos, pues eran falsos. Así, peruanos y ciudadanos del mundo fuimos sujetos de indignación. Nos hicieron sentir su disfraz democrático en el campo del ejercicio de la justicia. Y sin embargo, hoy la memoria de quienes usufructuaron la corrupción trata de vestirse de olvido. La transformación en las conciencias llegó por la puerta falsa, convirtiéndose en un problema pú-

blico, es decir de todos. Habíamos sido engañados y las empresas sí estaban comprometidas con el Estado, eran cómplices y beneficiarias de la corrupción del sistema político. Formar la Veeduría fue, entonces, la ocasión que permitía legitimar a los medios como objetos primordiales de vigilancia y fiscalización ciudadanas y al hacerlo también se podía mirar al poder en su conjunto. Es significativo que la nueva Ley de Radio y Televisión recién aprobada no tome una opción severa y sancionadora contra la corrupción.

¿Libertad de expresión o libertad de empresa? ¿Derechos de quién?

Quizá el derecho más esclarecido en este campo de la comunicación sea el de la libertad de expresión, pero que al confundirse con el de libertad de empresa se limita como canon casi exclusivo de propietarios y gerentes, y solo a veces de periodistas. Su perfil económico es más vigoroso que el democrático y el ético, que casi no se desarrollan. La rápida apropiación de este derecho como si fuese una potestad exclusiva de los empresarios y sus gremios nacionales y continentales o como su principal bandera de defensa del negocio, ha llevado a grandes confusiones, haciéndonos creer que ese es el único o el más importante de los derechos humanos que se debe defen-

der desde el campo mediático, divorciándose de muchos otros tan o más trascendentales, como son los de justicia, verdad y solidaridad.

Quizá por temor a opacar su derecho a la “libertad de expresión” han ocultado los demás. Es indudable que si este existe como único y solitario valor ético de quienes sí pueden hablar, es insostenible como deontología profesional al no estar asociado a otros que tengan que ver con la convivencia y la solidaridad, tomando de manera incluyente las demandas de los demás, especialmente las de sus públicos. La parcialidad de tal derecho es evidente, pues solo sirve para quien puede ejercerlo en el campo público. Quedan por fuera millones de personas que aunque deseen tener derecho a la palabra pública no tienen acceso a ella, y muchísimos otros que por diversas condiciones sociales, culturales, religiosas, de género u otras se sienten incapaces de asumirla o están poseídos por el miedo. Lo que nos hace sospechar que los medios son el sector del mercado menos comprometido con la responsabilidad social, y al mismo tiempo el más conservador y auto-referido del mundo empresarial. Recordemos “que los sujetos solo se

constituyen mediante un reconocimiento recíproco: todos se reconocen por medio del Otro como hombres libres e iguales”,⁵ principio democrático fundamental. Y lamentablemente nuestros medios aún no han aprendido a verse desde sus públicos entendidos como ciudadanos de derecho.

*Las imágenes de bodeques
de billetes a cambio de violar
la tan defendida libertad de
expresión hicieron evidente
la poca solidez del castillo
mediático independiente*

Por ello, reconocemos que el proceso iniciado será lento, como ocurrió con el derecho al trabajo, salario y horario justos, que fue una reivindicación histórica de prolongado proceso de formación. Estamos recién iniciando el referido al campo de la comunicación y la información, como un conjunto de derechos de todos los ciudadanos. Es en esa perspectiva que en el Perú se pensó fundar una gesta educativa cuyo objetivo comunicacional sea una conquista democrática de largo aliento, especialmente hoy, cuando los medios empiezan a adquirir un fuerte

5 LECHNER, Norbert. *La conflictiva y nunca acabada construcción del orden deseado*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1986.

valor político, social y cultural en las formaciones ciudadanas y la cimentación de poderes económicos o políticos, más allá de los tropiezos que desprestigian su reputación ética. Crear los derechos ciudadanos a la comunicación es hoy un campo de elaboración más que de normatividad inmediata o fácil. Y no puede circunscribirse solo al compromiso profesional de algunos sino de todos los públicos que desean ser ciudadanos en relación con los medios. Todos somos poseedores del derecho a la libertad de expresión,⁶ así como nos percibimos como sujetos que debemos recibir información del Estado.⁷

Nos encontramos en el tránsito de pasar de los derechos de unos a los de todos. Partimos de que la comunicación nos debe unir y no separar subrayando privilegios. Si buscamos un país mejor, hagámoslo entre todos. Para ello requerimos nuevas pedagogías y espacios de comunicación que lo posibiliten. Fue muy difícil discutir sobre la política del presidente Fujimori con las mujeres de las organizaciones de base, quienes se resistían a hablar del tema al ser ellas receptoras de ayuda. Pero cuando implementamos un supuesto juicio al *reality show* de Laura Bozo se

pudo confrontar el tema político, los derechos ciudadanos y el autoritarismo, descubriéndonos así que cuando se habla de los medios se habla del país, y viceversa, definiéndose como una alternativa educativa interesante para muchos temas. Las innovaciones deben trascender el simple taller que realiza análisis racionales y distantes de los medios, como si estos fueran externos a nosotros mismos.

Los medios como actores políticos y sociales: Ciudadanos invisibles en países carentes de deliberación

Al mismo tiempo asistimos a una nueva etapa en que la política se desinstitucionaliza como quehacer partidario sólido y democrático, y sus supuestos dirigentes pierden credibilidad aceleradamente ante la constatación de su ineficiencia, el enredo que mantienen con la corrupción y su carencia de liderazgo frente a la ciudadanía. Ante tal fracaso nuestros políticos buscaron diferentes estrategias masmediáticas para recuperar confianza, no siempre con éxito, y se frivolizaron en el camino, privatizando y dispersando sus propuestas políticas para el país en medio del espectáculo.

6 Lo señala la Constitución del Estado, pero no se norma su ejercicio desde la ciudadanía.

7 Ya contamos con una Ley de Acceso a la Información, que tanto el Consejo de la Prensa Peruana como la Defensoría del Pueblo y otras instituciones lucharon con éxito por su dación.

El propio Estado, sin poder diferenciarse de los gobiernos de turno, no es capaz de transformarse y adecuarse a los nuevos tiempos, no puede ni quiere colocar la agenda pública del país y sostener un debate amplio e incluyente. Este descentramiento de la política ha tenido como contraparte una ocupación de ese espacio público por los medios, los que cada vez adquieren más poder político, pues manejan la visibilidad de lo social. Ellos dictan los temas y legitiman a los protagonistas, destruyen candidatos, marcan los pasos visibles de la corrupción, hasta señalan lo que el presidente o los ministros deben hacer, y lamentablemente estos les hacen caso. El escenario de conjunto es que “mientras la política se descentra, la comunicación es uno de los polos de atracción de la vida social”.⁸

Los medios son ahora los verdaderos políticos del país, han absorbido la representación social que la política dejó de lado. Y por ello han adquirido nuevos poderes en complicidad con los partidos, congresistas y funcionarios, los que les han cedido el lugar que ellos no supieron ocupar. Quizá

exagero, pero esa es la tendencia. Lamentablemente muchos periodistas son colaboradores visibles de esta anomalía política y se mantienen en silencio.

En la formulación y discusión de la Ley de Radio y Televisión fue la propia Sociedad Nacional de Radio y Televisión la que actuó como protagonista, usurpando una función congresal que no les correspondía. El presidente de la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de la República lo confirma ingenuamente, al resaltar las buenas relaciones existentes entre los empresarios de los medios y los políticos⁹ y las felicitaciones que los empresarios expresan a la propuesta de la Comisión en diversos comunicados. En general, congresistas y medios no admiten los conflictos entre comunicación y política, más bien los ocultan o subvaloran, tratando de darles soluciones prácticas, de acuerdo con los intereses involucrados en el corto plazo.

Estamos entonces frente a un atolladero difícil de resolver, pues la dependencia entre medios y política es cada vez más significativa, frente a

8 REY, Germán. “Consistencia y evaporación de los significados. Las relaciones entre medios de comunicación y política”, en ALFARO, Rosa María (ed.) *Comunicación y política en una democracia ética por construir*. Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social/British Council Perú, 2005.

9 Como se puede comprobar en la entrevista con el congresista Mario Ochoa publicada en la revista de la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA), en julio del 2004.

la cual los ciudadanos nos sentimos intimidados ante tanto poder. Y lamentablemente los dueños de los medios suelen pecar de intransigentes y discriminadores, capaces de dialogar o dar la palabra solo a quienes concuerdan con ellos o cuando media el negocio. La posibilidad del ejercicio crítico de la ciudadanía no tiene lugar, se mantiene como un secreto público, estrategia en sí antidemocrática. Los ciudadanos frente a esta coalición valemos poco o nada. Solo aparecemos en los medios cuando lucimos como víctimas de la desgracia humana o el destino, protagonistas de hechos de sangre, cómplices y autores de tragedias, generadores de desorden y violencia.

Ubicándonos en este espinoso proceso apostamos por una mayor autonomía entre poder político y mediático, es decir por una libertad de expresión basada en la independencia, pero también pretendemos la transformación democrática y ética de ambos actores. Establecer alianzas con algunos medios es cada vez menos posible, igualmente lo es con periodistas eficientes y honestos a quienes hay que buscarlos a veces con lupa. Pero, como veremos luego, hay quienes ya empiezan a trabajar ese sentido de

soberanía. Tomar conciencia de este fenómeno arrojará nuevas sensibilidades ciudadanas en este rastreo de un nuevo y emancipado equilibrio de poderes entre medios, política y ciudadanía. Pero este paso, ya dado por algunos medios, puede ayudar en la formación autorreflexiva de los peruanos, que día tras día consumen estos medios y los conocen bien. Desde ese lugar es posible “repolitizar” la sociedad en un sentido democratizador. Es otra manera de nombrar a la recepción crítica que hoy requerimos.

En esa lógica, es evidente que la cultura deliberativa no se promueva ni ejercite, menos aún que se expliciten los conflictos y las diferencias entre unos y otros. Se recurre más a entrevistar a políticos, empresarios y expertos, que suelen diferenciarse pero no debatir. En las noticias gana siempre una sola versión de los hechos.¹⁰ Acostumbrados a las peleas y las rupturas, los latinoamericanos no hemos aprendido a argumentar, a escucharnos mutuamente, a identificar desavenencias y analizarlas para entenderlas, no requerimos información para construir opinión, siguiendo el ejemplo de algunos periodistas. Menos aún se dialoga con la ciudadanía. En ese sentido las audiencias públicas que organiza nuestro

10 Informe del monitoreo anual de Calandria correspondiente al 2003.

Congreso obedecen a la misma lógica: un conjunto de exposiciones, complementadas con preguntas, pero discusión como tal, nunca, aunque quizá haya excepciones. El modelo legitimado es la enumeración de problemas o pedidos con un poco de ají en el insulto, pero nada más. La opinión pública es solo una construcción estadística superficial, por lo tanto imaginaria; no es el resultado de un debate amplio y de conjunto.

*[Los ciudadanos] solo
aparecemos en los medios
cuando lucimos como
víctimas de la desgracia
humana o el destino,
protagonistas de hechos de
sangre, cómplices y autores
de tragedias*

De allí que se haya asumido el *lobby* negociador “escondido” y bilateral como la única estrategia viable cuyo proceso solo es visible por sus resultados, sin que sepamos por qué, cómo y a qué costos se construyó. Todavía estamos lejos de ser realmente democráticos, más aún si los medios no ayudan, sino, por el contrario, se oponen a que lo consigamos. En ese sentido podemos afirmar que esa complicidad entre medios y política no está dando buenos resultados en la transición a la democracia. Más bien

ambos están compartiendo el mismo discurso detallista, frívolo y fatalista de un país sin salida, basado en la denuncia menuda que se aleja de los grandes cambios y balances que requerimos hacer todos.

La intervención de la sociedad civil y de la ciudadanía en estos temas era, por lo tanto, indispensable. No podíamos reducirnos al rol de simples y pasivos consumidores. Teníamos que definirnos como públicos ciudadanos. Porque cuando asumimos a los medios no es por ellos mismos sino por la importancia que adquirieron en nuestros países como industrias culturales e informativas emergentes y por su influencia en los procesos de democratización y legitimación del poder político.

La creación de la Veeduría Ciudadana y su incidencia pública en las comunicaciones

La Veeduría Ciudadana fue creada hace cinco años. Inicialmente estuvo formada por pocas instituciones y algunos políticos honestos. Empezamos casi desde cero, pero con mucha pasión y voluntad. Pronto nos dimos cuenta de que para hacer viable e incluso su funcionamiento había que recurrir a formas organizativas flexibles y livianas, no basadas en representaciones ni en formalidades rígidas. Si queríamos que haya una participación amplia debíamos pensar en otro

modelo de articulación, que sea más abarcador y efectivo.

Hoy contamos con diez instituciones¹¹ que toman decisiones o dan opiniones varias veces al año, pero en el área de comunicación es una sola la que ejecuta,¹² con el apoyo de algunas otras según sus especialidades y el tipo de acciones que se emprenden, lo que facilita su movimiento. A la vez contamos con un consejo consultivo integrado por gente honesta que sabe del tema y tiene prestigio, sin ideología ni trabajo predeterminado, que de manera individual o colectiva nos asesora y hasta nos da ánimo, incluso nos brinda información.¹³

Están también los grupos de voluntarios en siete ciudades del país¹⁴, que se comprometen como veedurías locales, basados en responsabilidades individuales y de algunas organizaciones sociales de mujeres, con el apoyo de docentes universitarios. Podríamos llamarle una propuesta de organización participativa sin militancia, basada en una voluntad ética por el cambio en

los medios con un sentido democrático. Se busca y promueve la participación ciudadana pero no se irroga su representación.

Este tipo de organización funciona con fluidez, tendiendo a forjar aliados, como si estuviese destinada siempre a crecer. Otras ciudades quieren instalar sus veedurías locales y han planteado solicitudes varias. De la relación con la ANDA estamos organizando la aplicación del Semáforo Ético en diferentes ciudades del país, metodología creada por ANDA y hoy ampliada a otros lugares con nuestro apoyo. Del trabajo con voluntarios ha surgido la necesidad, por demanda de ellos mismos, de ingresar en el mundo universitario para hacer recomendaciones sobre la enseñanza y aprendizaje de la comunicación desde otros sentidos.

La presentación de nuestra experiencia en otros países está generando todo un movimiento de observatorios en Latinoamérica o de asociación con los que ya existían. La conversación con representantes de asociaciones de

11 Asociación de consumidores (Aspec); Asociación de Comunicadores Sociales Calandria; Derecho y Comunicación (Deyco); Foro Educativo; Asociación Peruana de Facultades de Comunicación; Transparencia; Instituto de Defensa Legal (IDL); WACC Perú; Comisión Episcopal de Comunicación Social (Conamcos); Defensoría del Pueblo; y en algunas oportunidades, cuando se trata de defender a los niños, trabajamos con Unicif.

12 Calandria.

13 Varias personas, pero también está la ANDA.

14 Arequipa, Chimbote, Cusco, Iquitos, Trujillo, Puno y Lima.

padres de familia sobre el tema está significando un compromiso con escuelas públicas y miles de niños. No deja de ser paradójico que esta propuesta y sus éxitos tengan tan poco apoyo económico. Nuestras principales actividades se fueron definiendo en la práctica así:

- *Monitoreos y vigilancia de medios.* Realizamos monitoreos u observación de medios en momentos electorales o circunstancias políticas difíciles y conflictivas. Pero a la vez, y de manera cualitativa, se analiza la oferta televisiva sobre la imagen de la mujer, la pareja y los niños contrastada con la opinión ciudadana.¹⁵ En estas dos temáticas se trabaja de manera muy cercana con otras instituciones, como Unicef, organizaciones no gubernamentales dedicadas a la infancia, FEM TV, etcétera.
 - *Consultas ciudadanas.* Recurrimos a consultas ciudadanas permanentes en las siete ciudades donde nos encontramos, mediante el recojo de opinión y el uso de metodologías novedosas de discusión. Así, el ciudadano común y corriente tiene la
- palabra y discute con los demás. Luego se confronta esta demanda con la oferta ya monitoreada y se da recomendaciones a los implicados. Los resultados se comparten, entregándolos a medios, universidades, sociedad civil, políticos, etcétera. Algunos medios las difunden, a otros les sirve para revisar su trabajo. Hay quienes han introducido cambios en su programación. De esta manera la palabra ciudadana no solo se enriquece sino que se hace conocida y visible.
- *Eventos públicos ciudadanos independientes del monitoreo y la consulta.* En la búsqueda de la participación ciudadana, del compartir información y de orientar en la construcción de métodos deliberativos, se utilizan plazas, calles y locales para motivar y generar foros o eventos públicos para el debate, cuyos métodos se adaptan a las realidades culturales, siempre con un fin educativo motivador. Igualmente se recurre a foros ciudadanos. Adoptamos la modalidad de las caravanas ciudadanas, inventada por Calandria, y la usamos en múltiples

15 ALFARO, Rosa María (comp.). *Los niños te ven y ¿qué ven?* Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, Unicef, Comisión Nacional por los Derechos de las Niñas, los Niños y Adolescentes, 2002. También ALFARO; Rosa María y Alicia QUEZADA. *Atrapadas sin salida. Imágenes de mujer y de pareja en telenovelas y publicidad.* Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social/WACC, 2003.

ocasiones. La discusión virtual ayuda también en este sentido. De esa manera, los medios están siempre en discusión y se va forjando una conciencia ciudadana propia sobre sus nuevos roles. Hicimos, en ese sentido, varias campañas de sensibilización: “Tú tienes el control”, “Los niños Te Ven” y “Afirma tus derechos”.

- *Eventos de discusión pública.* Estos se desarrollan entre diferentes sectores de la sociedad, como los realizados a propósito del evento “Conversaciones democráticas: ¿Regulación o autorregulación?” en febrero del 2003, o el de “Comunicación y política”, foro más abierto, que contó con la presencia de invitados extranjeros y más de 300 peruanos. Participamos también en los eventos organizados por otras instituciones en Lima y provincias y en diferentes países.
- *Capacitaciones o talleres educativos.* Orientados a voluntarios, periodistas y a quienes las demanden, que son muchos. Nos llegan solicitudes de organizaciones e instituciones del país y del extranjero. Especialmente se viaja a provincias para capacitar a los voluntarios, pero también nos dedicamos a capacitar a comunicadores y ciudadanos en general, en conferencias abiertas organizadas por cada Veeduría local. En algunas oportunidades son los propios

medios los que nos invitan a dar conferencias o talleres sobre temas de ética periodística, tratamiento de la mujer o sobre los nuevos roles del periodismo democrático.

- *Producción constante de información impresa.* Material elaborado sobre lo mencionado anteriormente, o a partir de artículos de opinión y análisis acerca del papel de los medios y de cómo estos se asumen en diferentes países. Los dípticos y trípticos son los formatos que nos ayudan a desarrollar los temas, sobre todo los dedicados a fomentar la participación ciudadana en los medios. También nos valemos de la comunicación virtual para llegar a muchos más. En ese sentido, la producción de libros ayuda a docentes y estudiantes a mejorar la preparación de los nuevos profesionales en comunicación y periodismo.
- *Aparición en los medios.* Para discutir el tema de comunicación y democracia desde diferentes aspectos, nos suelen invitar algunos medios más pluralistas de prensa escrita, radio y televisión. Y algunas veces se envían artículos para su publicación. Muchos periodistas piden información y ser asesorados en el enfoque; nunca hemos dejado de responderles.
- *Participación ciudadana desde internet.* Algunas veces usamos líneas telefónicas gratuitas, pero no

han sido muy útiles. Más participación genera la página www.veeduría.org y el correo electrónico para hacer preguntas, solicitar información y opinar. Muchas quejas o demandas ciudadanas se procesaron hacia los medios e incluso hacia el Ministerio correspondiente, aunque sin ningún fruto, antes de la promulgación de la Ley de Radio y Televisión.

- *Conversaciones y asesoría sobre temas legales.* Se discute sobre legislación comparada. Por ejemplo, el proyecto de Ley de Radio y Televisión hecho por la Veeduría fue producido, discutido y renovado; se reproduce en la página web y se imprime como material educativo que se reparte a instituciones, a políticos y a ciudadanos que lo demanden. Planeamos hacer sugerencias sobre el futuro reglamento de la ley o sobre la operatividad de las decisiones políticas, respetando el marco legal. Incluso queremos abrir una discusión pública sobre los medios de comunicación del Estado.
 - *Apertura a relaciones bilaterales y de confianza con empresarios, expertos, ciudadanos, asociaciones de padres de familia, organizaciones sociales, entre otros.* La disponibilidad para trabajar con otras instituciones es nuestra línea de trabajo para articular la sociedad civil y el Perú en general. En los últimos
- tiempos hemos iniciado un diálogo con el Consejo de la Prensa Peruana y con la ANDA.
- *Coordinaciones y motivaciones con las veedurías locales en formación.* Las iniciativas vienen unas veces de las veedurías locales, otras de nosotros. Realizamos actividades de conjunto y específicas. La institucionalidad no obedece a un modelo preestablecido sino a lo que cada grupo humano puede instalar como funcionamiento viable en su zona. Es decir, se trabaja desde la diversidad. Unas veedurías son más activas que otras; en unas se liga el trabajo académico con el de vigilancia, y en otras son las ONG los motores en la gestación de relaciones entre los estudiantes y la comunidad.
 - *Lobbys y relaciones políticas transparentes.* Hemos dejado de lado el *lobby* entendido como negociación individual y secreta. Practicamos aquel basado en la conversación transparente, sin ofrecer nada a cambio. Nuestra opción ética es por el país. Solemos intercambiar ideas con bancadas y grupos políticos, además de entregarles materiales *ad hoc*. En algunos casos hemos tenido suerte, en otros no.
 - *Evaluaciones de nuestro trabajo.* La última evaluación trató, por ejemplo, de diferenciar el balance de la Ley de Radio y Televisión ya promul-

gada, del proceso generado y de los logros conquistados. Con esos insumos pudimos definir nuevas líneas de acción. Aprender de la práctica es una perspectiva fundamental, con las veedurías locales se sigue esta tendencia.

Producción participativa de una Ley de Radio y Televisión para el país, extensible a otros

Lo sucedido en el país nos hizo ver que era necesaria una regulación legal que respetara la libertad de expresión de los medios y los ciudadanos, compatibilizando los derechos de unos y de otros. La autorregulación no funcionaba porque hacía falta una ley que le diera sentido y exigencia. Como formulara Danilo Leonardi, de la Universidad de Oxford, no es posible una sin la otra.¹⁶ En esa línea elaboramos una propuesta con el apoyo de abogados especializados en el tema.¹⁷ Esta aparecería como una alternativa a la propuesta zanjada

en el 2002 por la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de la República, que respondía a una negociación de intereses políticos partidarios.

Relato de nuestra participación

Nuestra primera propuesta fue la de publicar un documento sobre políticas nacionales de comunicación, que ofició de texto precedente,¹⁸ pensada desde el proyecto país como horizonte democrático y el aporte de las comunicaciones en cuanto a las necesidades de cambio en la sociedad. Ya se tenía en mente la necesidad de una Ley de Radio y Televisión.

Propuesta participativa de la Veeduría y movilizaciones ciudadanas de apoyo

Una vez analizado el proyecto de ley emitido por la Comisión del Congreso en el 2002, presidida por el parlamen-

16 LEONARDO, Danilo. "Regulación y autorregulación: Balances, utilidades y conflictos de hoy y el futuro". Ponencia presentada en el evento sobre comunicación y política, realizado en febrero del 2004, actualmente en impresión. El mismo autor presentó otra en un evento anterior pero desde otra formulación: "¿Regulación estatal o autorregulación por parte de la industria? La autorregulación como uno de los modelos existentes en el esquema regulatorio actual de los medios audiovisuales en Europa Occidental". Lima, 2003.

17 Miembros de Deyco (Derecho y Comunicación), organización que participa en la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social.

18 ALFARO, Rosa María. *Hacia una nueva Ley de Telecomunicaciones y más allá de ella. Medios de comunicación, ética pública y democracia*. Lima: Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, agosto del 2002.

tario Natale Amprimo, la Veeduría preparó, entonces, un proyecto inicial que significó varias reuniones de discusión entre sus miembros.¹⁹

Después se inició la participación de diferentes actores de manera paralela a la que establecimos con la ciudadanía. Esta proposición significó dos años de trabajo público en discusión abierta. De un lado, se otorgó información y se distribuyó el texto inicial, incluso se editó un libro al respecto,²⁰ y del otro se inició el debate.

En el primer año, con respecto a la ciudadanía, se tuvo que otorgar información, pues sobre el campo de los derechos se sabía muy poco, incluso se carecía de información sobre concesiones, régimen de licencias, sentido de una legislación, realidades comunicativas en diversos países del mundo. Para ello practicamos foros ciudadanos en múltiples lugares y escenarios de las siete ciudades del país, acosados por entrevistas mediáticas especialmente locales, con el apoyo de muchas instituciones de la Veeduría.

Al mismo tiempo, pero de manera más cerrada, se presentó la propuesta a empresarios de los medios, periodistas, sociedad civil y políticos, recogiendo sus sugerencias, dentro de un conjunto de eventos pequeños que llamamos “Conversaciones democráticas: ¿Regulación o autorregulación?”,²¹ los que tenían como objetivo recoger sus sugerencias. En todos los casos se confrontó la propuesta con las regulaciones que se estaban implementando en otros países. De los datos se pasó al debate con ciertas dificultades. Comprobamos que no existe una cultura deliberativa en el país, se enumeran problemas o se pugna porque alguien triunfe rápidamente sobre el otro, porque existe el consenso de que a menor discusión mejor es la reunión. Fue duro impulsar el desarrollo de argumentaciones, incorporar lo que uno dice y ligarlo con lo que dijo otro, o cuestionar tal apreciación sin producir enemistad alguna. Se tendía a exponer demandas y era casi imposible pensar en el país de todos. Todavía falta mucho por hacer en este campo. Lamentablemente, ni los políticos ni los periodistas ayudan al respecto.

19 La ONG Deyco tuvo un papel relevante en su producción.

20 *Hecha la trampa, bay que instaurar la ley*. Lima: Veeduría Ciudadana/British Council, 2003.

21 Fue realizado con el apoyo del Consejo Británico y contó con la presencia de cuatro asesores: Phillip Schelinger, de la Universidad de Stirling, en Escocia; Danilo Leonardo, de la Universidad de Oxford; Valerio Fuenzalida, de Chile, y de Fernando Calero, del Consejo Nacional de Radio y Televisión de Colombia.

Este proceso nos obligó a elaborar cambios de la propuesta inicial y decidimos apostar por una buena ley, porque sabíamos que el Congreso la disminuiría en su tenor y en su impacto sobre la sociedad. Nuestra propuesta fue muy criticada al inicio, tergiversándola, aunque luego fue más comprendida. Se hizo una edición de 50 mil ejemplares impresos y se distribuyó, para luego dar paso a su discusión pública. La versión definitiva corrió en varios niveles: se presentó a los partidos políticos, congresistas, medios de comunicación, veedurías locales, instituciones de la sociedad civil, ciudadanos, y desde la página web a quien quisiera. Fueron días de un intenso trabajo voluntario.

El siguiente paso fue la movilización ciudadana por las firmas, acompañada de caravanas y ferias públicas locales que propiciaban el debate o el simple uso de la calle, empleando diversas estrategias de convocatoria. Durante cuatro meses la conversación sobre los medios y su regulación capturó el escenario callejero, las plazas y los mercados locales. La discusión de pequeños grupos que se formaban naturalmente fue nuestro quehacer, el que con el tiempo se transformó en factor

de gran motivación y aprendizaje para nosotros. Se consiguieron 85.674 firmas, de las cuales 49.662 fueron consideradas válidas por el Jurado Nacional de Elecciones,²² número suficiente para obtener el rango de Iniciativa Legislativa Ciudadana y ser aceptada por el Congreso de la República para su discusión. El alto nivel simbólico de tal hazaña —tan valorado por la ciudadanía y la sociedad civil— no tuvo la misma importancia para los congresistas, a pesar de que era la primera ley completa sobre comunicaciones presentada por la ciudadanía, no solo en el Perú sino en todo el continente. Ingresó en el Congreso de manera formal, sin que los políticos y los periodistas le dieran el valor suficiente.

Incluso algunos representantes se sintieron lesionados, pues sostenían que era a ellos a quienes les tocaba legislar y no a la ciudadanía, a pesar de la existencia de una ley de participación ciudadana que lo permitía. Es decir, la representación se colocó contra la participación sin encontrar su complementariedad. Hubo un constante acompañamiento de algunos medios escritos y audiovisuales y nuestra participación pública fue evidente, si bien otros nos silenciaron o nos calificaron de estatis-

22 Según el Reniec, en términos porcentuales habíamos tenido una alta validez de firmas, que en muchos otros casos llega solo al 10 o 20 por ciento de las presentadas, como por ejemplo las de los partidos políticos.

tas, controlistas y otros adjetivos, pero sin poder sostenerlo con argumentos. Luego hubo eventos organizados por universidades y diversas instituciones, en los que estuvimos presentes fomentando siempre el debate.

Ciertamente, conversamos varias veces con el presidente de la Comisión, el congresista Mario Ochoa, así como con sus asesores, obteniendo respuestas evasivas. Para tranquilizarnos nos informaron que habían incluido 36 artículos de nuestra propuesta, pero evidentemente los incorporados eran los más principistas y no los más políticos, aquellos que democratizaban el poder y defendían la autonomía mediática. No constituíamos un grupo de presión significativo para ellos, en términos de obtención de poder ni de imagen. En cambio, para muchos empresarios sí éramos una amenaza para sus intereses, por nuestra cercanía con la ciudadanía.

Antes del Pleno, y durante varios días, la Veeduría instaló la muestra fotográfica *Avatares de una historia por concluir*, en el propio local del Congreso de la República, en la sala Luna Pizarro, en la que se mostraba la corrupción de los medios y el proceso de respuesta ciudadana frente a esta situación apoyando cambios radicales. Los comentarios iban y venían por los pasillos. Esta primera propuesta de ley fue cuestionada y devuelta por el Pleno del Congreso a la Comisión, bajo la fór-

mula del cuarto intermedio que duró un par de meses. La gran presión en contra de la propuesta por parte de los medios tuvo su efecto. Realmente, se le otorgaba excesivo poder al Ejecutivo y solo se daban unas cuantas regalías a los empresarios. Para el Congreso nunca estuvo en discusión la creación de un Consejo de Radio y Televisión autónomo y vinculante, propuesto por la Veeduría, que continuó con esa propuesta por un compromiso ético y siguiendo las tendencias actuales en el mundo de independizar a los políticos de los medios de comunicación. La discusión más bien fluía entre quienes decían que no debía existir un consejo, o si se creaba, este debería ser solo consultivo.

Protesta nacional contra el primer y segundo dictamen del Pleno del Congreso

Nuevamente se presentó el proyecto en el Pleno, pero esta vez más influido por los intereses específicos de los empresarios de los medios, recogiendo con toda apertura sus demandas económicas y eliminando todas las restricciones posibles sobre faltas y sanciones, incluyendo la corrupción. Mostraron, así, que tenían más influencia que el Poder Ejecutivo. Los dos meses de pausa fueron dedicados a la incidencia efectiva de los medios sobre la comisión. Hubo una audiencia pública organizada por el Congreso, poco signi-

ficativa, pero que evidenciaba la organización de los empresarios para triunfar políticamente. En esos días se desató una campaña mediática impresionante a favor de la nueva propuesta, a través de periódicos y emisoras de radio y televisión, nunca antes vista en la historia audiovisual del país, tanto que, por su exceso, mucha gente empezó a sospechar de sus buenas intenciones. Evidentemente, hicieron uso del *lobby* y lograron puntos a favor en una primera vuelta del Pleno, el que por mayoría aprobó la propuesta. Durante el debate estuvieron presentes los empresarios, como fuerza viva de respaldo a la propuesta de la Comisión. El comportamiento de los congresistas no solo evidenciaba la falta de información sobre el tema sino el interés por aprobarla rápidamente. Estaban como sellando un pacto político, o mejor dicho económico. El Estado —desde el Poder Legislativo— y el empresariado mediático estaban en coalición. Para nosotros, si embargo, quedó claro cuán necesaria era para el país una propuesta emancipadora como la nuestra.

Al día siguiente se desató una ola de protestas democráticas. Reacciones contrarias de diverso tipo circularon por el país. El diario *La República* y varias emisoras radiales cuestionaron valientemente la primera aprobación. El Consejo de la Prensa Peruana, la Veeduría Ciudadana, la Coordinadora Nacional de Radio y muchas personalida-

des públicas notables manifestaron su descontento en comunicados y entrevistas que configuraron una oposición bastante radical a la ley aprobada. Paralelamente, nuestros voluntarios organizaron una protesta en las siete ciudades en las que trabajamos, que se llamó “Juntos limpiemos la radio y la tele contra la corrupción”, acciones que fueron complementadas con talleres educativos de recepción crítica sobre los medios y con exposiciones fotográficas. Los temas de conflicto se referían a la entrega de nuestras frecuencias al capital extranjero y la promoción del oligopolio en los medios. Muchos cuestionamos también la complicidad frente a la corrupción. La autonomía de ambos poderes desde un Consejo vinculante era el tema principal, pero solo alcanzó un segundo lugar de importancia.

Se reabrió, entonces, por segunda vez, la discusión en el Pleno del Congreso. En esta oportunidad fue más significativa para los logros democráticos, al reducirse los beneficios para las empresas y corregirse otros aspectos de carácter ético. Tras aprobarse la ley en el Congreso, había que esperar la reacción del Ejecutivo. Dos días después el ministro de Justicia, Baldo Kresalja, lanza una carta pública muy fundamentada y valiente contra la ley aprobada, solicitando al Consejo de Ministros que esta sea devuelta al Congreso. La solicitud no tuvo acogida política en el

Poder Ejecutivo a pesar del acuerdo de muchos ministros para que la flamante norma no sea aceptada, nuevo debate que sí tuvo efecto en la conciencia de mucha gente, distanciándose una vez más de las decisiones políticas de nuestras autoridades electas.

Hubo diversas manifestaciones de apoyo al ministro desde la prensa, pero ya no había nada que hacer y este tuvo que renunciar con dignidad. Nuestra clase política no había actuado para el mejoramiento del país ni por la ciudadanía. Se sacrificó un excelente ministro por favorecer al empresariado mediático. ¡Qué desbalance! Había entonces que aceptar la postergación de una buena ley para el futuro, cuando tengamos mejores empresarios y políticos. Hoy nos encontramos frente al reto de definir los usos de la ley tal como está, pero mejorando su aplicación práctica.

Evaluación de nuestra intervención

Ya tenemos una ley de radio y televisión, se venció a los sectores periodísticos y empresarios mediáticos más conservadores, que apostaron a que “no había mejor ley que la que no existía”, refiriéndose a los medios. La examinamos como un producto en sí mismo pero también valoramos el proceso generado. Podemos afirmar que contiene deficiencias y errores de envergadura, como la falta de preven-

ción y sanción a la corrupción; la ausencia de un consejo autónomo capaz de generar independencia política; la carencia de normas que concreten los principios éticos; entre otros problemas, incluso de redacción. El propio proceso del debate en el Congreso fue pobre y deslucido, con amplia y evidente influencia de los empresarios de los medios comprometidos con su formulación. Los políticos, salvo excepciones, fueron los que menos valoraron y hasta ignoraron el proyecto que presentó la Veeduría Ciudadana de la Comunicación. En ese sentido, la ley que tenemos hoy sobre nuestras espaldas no es tan nueva, porque se reitera el poder de los medios frente a la política y la ciudadanía.

Pero también muestra aspectos positivos, que debemos resaltar, como la presencia de principios referidos especialmente a los derechos de las personas, nunca antes destacados; se avanzó en la obligación de respetar el horario familiar y la protección del menor; se legitimó la cláusula de conciencia para los periodistas, aunque no esté clara aún su aplicación; los códigos de ética son obligatorios para cada medio; se logró disminuir la apertura a la inversión extranjera y se limitó la fusión de empresas.

Igualmente, pensamos que si el Consejo Consultivo se constituye de manera adecuada, con personas capa-

ces y éticamente sólidas, este podría tener un buen papel público. Al analizar la ley como proceso de incidencia en la generación de cambios, podemos afirmar que esta ha significado la colocación del tema de los medios como una discusión pública de envergadura, manteniéndose casi dos años en la agenda política. Y en ese sentido, es toda una conquista. Hoy se puede y debe hablar sobre los medios; son objeto de vigilancia. Alguna prensa escrita dedicó más espacios a esta discusión, mediante columnas periodísticas nuevas y creativas.²³ Se desdibujó la satanización de la regulación, antes asociada a graves impedimentos contra la libertad de expresión. La sociedad civil jugó un papel protagónico importante, al ser la gestora de una iniciativa legislativa ciudadana, no asumida antes en el continente, lo que está generando motivaciones en otros países. A la vez, en todo el camino recorrido se produjeron nuevas alianzas con otros actores importantes en nuestro país, como el Consejo de la Prensa Peruana, la Asociación Nacional de Anunciantes, la Coordinadora Nacional de Radio, entre otros, que nos otorgan un panorama a favor de futuras intervenciones más integrales.

Por primera vez en la historia del país se hizo presente la participación

ciudadana, mediante la crítica y la propuesta, dejando a un lado la pasividad de simples consumidores. Se escucharon entre ellos mismos y fueron oídos por muchos públicos —aunque no siempre fueron escuchados—. La importancia de la audiencia más allá del *rating* fue amplia e importante. No fue necesario contratar empresas para la recolección de firmas. Nuestros propios voluntarios las recogieron y la gente estaba dispuesta a firmar, porque desean mejores medios y un país más ético. Se informó, discutió y comprobó el papel engañoso de los medios cuando estos deforman la información a favor de sus dueños o de los intereses estos que defienden. Esto quedó de manifiesto, lo que permite ver, de manera transparente, el escenario de la discusión y lo que mueve a cada sector. La duda se instaló públicamente en el país comprometiendo a los medios y a los políticos.

Nuevos compromisos por asumir

Si bien la ley aprobada no garantiza una mejor calidad comunicativa y ética de los medios, vale la pena que el Comité Consultivo esté integrado por quienes tienen capacidad y honestidad para exigir su cumplimiento. Por ejemplo, podrán vigilar que los códigos de

23 Por ejemplo en el diario *El Comercio*.

ética sean elaborados y puestos en práctica. Está la posibilidad de aportar a la producción de un buen reglamento de la ley aprobada, con sugerencias ad hoc para enmendar algunos errores, si fuera posible. Habrá que ver las interferencias entre esta legislación y otras, las competencias institucionales entre el Indecopi y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, o entre este último y las programaciones de propaganda electoral. Es decir, se apuesta a ganar nuevas enmiendas desde la práctica bien implementada. No podemos permitir que la ley promulgada sea un fraude para los ciudadanos. Al mismo tiempo habría que ensayar todos los esfuerzos posibles para que el Consejo Consultivo ayude a generar un movimiento constante de cambios que necesitamos implementar. Si estas transformaciones no fueran posibles estos miembros podrían renunciar, probando la necesidad del rol vinculante del Consejo.

En términos ético-políticos, la Veeduría optaría por dos líneas complementarias de trabajo: orientar la vigilancia de los medios hacia la fiscalización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, y de los propios medios en el cumplimiento de la ley, a la vez que mantener el monitoreo sobre la calidad de la oferta y la promoción de su mejoramiento. Es decir, su rol primordial sería la vigilancia —desde fuera— de la nueva instancia

creada. Por lo tanto, la Veeduría no participaría como representante de los usuarios o consumidores en el Consejo Consultivo. Trataría de ser la conciencia crítica de las normas éticas que cada medio aplique, teniendo a su favor toda la autonomía posible. Trataríamos de constatar si la autorregulación funciona o no en nuestro país. Se mantendrían las alianzas conquistadas durante el proceso, pero para hacerlas más sólidas, extendiéndolas hacia otros grupos e instituciones de periodistas, padres de familia, empresarios, organizaciones sociales y muchos más.

*Los derechos de los
ciudadanos a una
comunicación de calidad
política y humana siguen
clamando su presencia*

Igualmente, el tema de los medios debe mantenerse en agenda, y todo lo que se produzca como información o reflexión debe publicarse y discutirse. Los medios públicos que administra el Estado son también materia de reforma y de debate público. No pueden ser más administrados o conducidos por los gobiernos de turno. Tendrían que ser medios más ciudadanos, desde una concepción de Estado realmente democrática, en los que se exprese la pluralidad social, política y cultural del país. Requerimos una ley específica al

respecto. Hay experiencias de avance en el mundo que podemos recuperar a nuestro favor.

Finalmente, esta ha sido una excelente oportunidad para refrendar nuestro compromiso con la ciudadanía, y en ese camino nadie nos detendrá. Seguiremos consultando al público y promoviendo la evaluación de los avances, retrocesos o estancamientos de los medios y el cumplimiento de la ley. Continuando con esa línea, se debería incrementar la participación de los ciudadanos otorgándoles nuevos espacios e informándoles sobre sus derechos. De esa manera, se permitiría comprobar si la ley está sirviendo o no para mejorar la calidad de la oferta audiovisual y comprobar si es necesario corregirla, desde una sociedad civil fiscalizadora y realmente autónoma. Pero participar también significa educar para mejorar la demanda de los ciudadanos en su rol de públicos de los medios. La experiencia ganada juega a nuestro favor, y la búsqueda de rutas creativas que entusiasmen a la ciudadanía a conversar, discutir y exigir mejoras en los medios, está más abierta que nunca.

Lecciones aprendidas y logros por conquistar

- La más grande dificultad para la democratización mediática estaría en la clase política, que no está dis-

puesta a pensar el proyecto país en términos comunicacionales y democráticos. Los intereses particulares priman sobre los nacionales. No valoran la participación de los ciudadanos, reduciéndolos únicamente al rol de electores, pero ubicados solo en la temporalidad del momento de la votación. Tampoco se preparan ni se informan acerca de los temas sobre los que van a decidir. Nombran asesores no siempre competentes y son susceptibles de ser influidos por el poder de los medios. Elegir a mejores congresistas es, por lo tanto, una obligación ciudadana del futuro inmediato. La independencia de las comunicaciones y los derechos ciudadanos en este campo deben ser parte de la agenda política de los futuros candidatos, como un compromiso de honor con la democracia formal y la ética, el que será un requisito para ser elegido. No pueden circunscribirse solo a la libertad de expresión de los empresarios sino a la de todos. Los derechos de los ciudadanos a una comunicación de calidad política y humana siguen clamando su presencia. Tendrá que ser un tema y una interrogante permanentes de toda democracia.

- Un tema central para trabajar con los partidos y los políticos es la oposición construida entre democracia representativa y democracia

participativa. Más bien se trata de valorar su complementariedad. Es el concepto de democracia el que está en juego, pues la mayoría de nuestros políticos manejan solo viejas y conservadoras comprensiones sobre esta, en las que no está incluida la participación ciudadana en la tarea de gobernar, a pesar de algunas leyes innovadoras. Hoy no es posible instalar la democracia, por ejemplo, si no se ubica a los medios en su rol político de construir la esfera pública. En el país hay pocos expertos en comunicación política, especialidad que habría que incluir en las ofertas educativas universitarias. Tampoco se sabe nada sobre la producción de políticas comunicativas para el país y desde el Estado. Solo se aplican métodos simplistas e instrumentales de propaganda, imagen y campañas, extraídas tal cuales de la publicidad comercial, como si la política fuera un escenario y objeto similar a la venta de un champú. Ello significa no solo fomentar un mayor intercambio de profesionales en este campo más competentes con otros países, sino poner el tema de la democracia misma en cuestión y preguntarse constantemente cuál es el modelo adecuado que requerimos en un país en constante movimiento como el nuestro.

- Frente a medios insensibles a los intereses de toda la sociedad, requerimos volver la mirada hacia la ciudadanía, potenciando su empoderamiento como públicos que exijan cambios en los medios y así avanzar aún más al respecto. La educación ciudadana en derechos comunicativos se hace cada vez más necesaria desde la escuela, el barrio, las organizaciones, las universidades y hasta los medios. La participación debe permitir que aprendamos acerca de nuestras propias capacidades como ciudadanos públicos en relación con los medios. Los *ombudsman* en el campo mediático deben instalarse pronto, pero con la función crítica y dialogante con los lectores, televidentes y oyentes, generando el aprendizaje de sus derechos y el intercambio entre todos. La capacitación ligada a la acción de intervenir para generar cambios es altamente útil y transformadora, por sí misma se reproduce y genera confianza en el propio poder. Y debe comenzar desde que somos pequeños. En ese sentido, recordemos lo que dice la filósofa Victoria Camps: “A más democracia, más participación (...). Una discriminación positiva que permita a los marginados participar más en el poder político, es la estrategia recomendada para que la demo-

cracia sea cada vez más real y compartida”.²⁴

- El referente de la sociedad civil como protagonista de los cambios públicos debe ser abierto y abarcativo, nunca reducido a organismos no gubernamentales o a organizaciones formales. La participación reflexiva de las ciudadanías individuales resulta casi una urgencia y un espacio de renovación desde la conversación entre pares y entre diferentes. Los aliados de gestas éticas como la emprendida deben ser variados y múltiples. A más apertura más poder de influencia. Debemos tomar en cuenta a los empresarios y anunciadores con buenas intenciones, a organizaciones sociales, a instituciones de diverso tipo, a ciudadanos agrupados o no, a las universidades, pero siempre con un sentido de libertad, de tolerancia y de sentido ético. En este proceso nos dimos cuenta de lo importante que son las personas individualmente sólidas, más allá de sus instituciones. Y, al revés, constatamos cómo los caudillismos individuales vestidos de representación tienen como base a personas poco éticas y democráticas. La noción de movi-

miento amplio es entonces la que está en juego, en la que los métodos de diálogo o compromiso mutuo deben ser diversificados y atractivos.

- Al ineludible requisito de contar con una organización flexible y operativa, como también a la obligatoria apertura estratégica que requiere generar múltiples alianzas, se añade otro aspecto central que quisiéramos resaltar. Para incidir hace falta también repensar nuestra propia comprensión de la realidad sobre la que queremos influir. Nos habíamos acostumbrado a pensarla como contexto o como coyuntura que se debe tomar en cuenta. Y en muchos casos se la ve de manera fatalista como incambiable, a causa del poder que la sostiene, entonces solo queda la concientización o la solidaridad, pero no el efecto. Aún solemos identificarla con temáticas específicas que nos dan un horizonte de principios de cambio, sin identificar opacidades, conflictos, incongruencias y oportunidades que la realidad misma ofrece. Es decir, la pensamos poco como objeto de cambio (no como texto de transformación sino como con-

24 CAMPS, Victoria. *El malestar de la vida pública*. Barcelona: Grijalbo, 1996, p. 25.

texto). Mas bien se trata de enfrentarnos a lo que es posible o viable de incidir en el corto, el mediano y el largo plazo, pero que afecte el meollo del problema y la estructura de poder por modificar; mientras que debemos identificar, al mismo tiempo, qué es lo que aún no se puede mover o qué puede levantar conflictos más peligrosos. El discurso del “deber ser” de muchos documentos y comunicados de la sociedad civil son duros porque no tocan lo movable, solo sientan una abstracta posición inaplicable. Hay que partir de lo real para luego establecer estrategias adecuadas, las cuales deben ser tan innovadoras que quienes se opongan al cambio queden descolocados.

- La importancia de trabajar con el periodismo es casi una emergencia. Nos damos cuenta de la inexistencia de un movimiento vigoroso de periodistas independientes con roles públicos constantes. A diferencia de otros países, no se han preguntado qué pasa con el periodismo en el Perú, más bien tienden a refrendarse en una reincidente autodefensa. Es muy difícil dialogar con ellos porque —según sus propias explicaciones— las decisiones vienen de “arriba” y no de ellos, evidenciando así el problema. Otros, en cambio, se someten totalmente a la línea editorial del medio,

incluyendo el campo de la definición misma de su profesión. Conocer los medios por dentro es un gran aprendizaje para plantear la reubicación democrática del periodismo; para ello requerimos de más investigaciones que nos expliquen la situación actual de este. Pero también necesitamos interpelarlos y preguntarles: ¿con quiénes están, con los ciudadanos o con el poder de los políticos y los medios? Es significativo que como periodistas no se hayan pronunciado con respecto a nuestra propuesta de ley y a la promulgada por el Congreso.

- La articulación entre el derecho y la comunicación ha sido altamente productiva en este proceso. Abogados y comunicadores hemos podido pensar juntos y entendernos, confiando en las habilidades de ambas profesiones, basados en compromisos éticos con la democracia. Antes caminábamos por distintas veredas, hoy nos hemos enriquecido mutuamente en esos múltiples encuentros. Nos sentimos más caminantes por calles, laderas y cerros, siempre dialogando y admirándonos de lo que la ciudadanía piensa y propone sobre sus periodistas, aunque no este-mos de acuerdo, traduciendo luego este capital cultural a términos legales, con el apoyo de estos abogados tan comprometidos con el cambio. Esta alianza profesional

puede ser aún mejor si le encontramos un nuevo sentido común de justicia para generar un Estado de derecho donde las leyes salvaguarden la ética de un país y contribuyan a tejer la esperanza perdida de los ciudadanos.

*Hoy no es posible
instalar la democracia, por
ejemplo, si no se ubica a los
medios en su rol político de
construir la esfera pública*

- Aprendimos que no es posible influir en cada país si no se construye una tendencia latinoamericana o mundial que tenga impacto sobre la clase política y el Estado. En ese sentido, la OEA puede ser un actor significativo. Pero llegará el mo-

mento en que las veedurías y los observatorios ciudadanos puedan también dialogar con la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). Esta postura de ninguna manera puede ser radical o intolerante frente a las ideas de otros. Estamos ante una dinámica global para lograr conquistas democráticas y sociales para la ciudadanía del mundo. Los datos de otros países ayudaron, pero si se hubiera contado con más apoyo latinoamericano habríamos obtenido una ley mejor. Las redes virtuales requieren convertirse en alianzas políticas y motores del cambio, no basta la información y el intercambio. Estamos avanzando y solo esa comprobación radicaliza nuestro compromiso ético con los ciudadanos dialogantes del país y del mundo.