

ONGs, MIGRACIONES Y DESARROLLO: por una comunicación de ida y vuelta



VI JORNADAS DE **CODESARROLLO**
10 y 11 de noviembre de 2006. Barcelona

pagesos  solidaris

Índice

Introducción.....	3
• Presentación de las VI jornadas de Codesarrollo Jaume Font Planells, director de la Fundación Agricultores Solidarios.....	5
• Medios y tercer sector: ¿periodismo social y/o recuperar lo social de la comunicación? Javier Erro Sala, Universidad de Navarra.....	8
• La imagen del Sur: los efectos de la mediatización Hildegart González Luís, Universidad de Navarra.....	17
• Medios de comunicación y Tercer Sector, experiencias en comunicación.....	40
TV3, Tot un món. Carles Solà.....	41
COM Ràdio, TotsxTots. Siscu Baiges.....	47
Asamblea por la Comunicación Social, LaTele. Carme Mayugo.....	51
Canal Solidario, Ekoos.org. Mar Vallecillos.....	57
Debate.....	60
• Estrategias comunicativas de las ONGs	
Puntos clave para el análisis de las campañas. Hildegart González.....	67
Marketing social. Rosa Alonso Martínez, Alma Social	71
Sensibilització. Iolanda Fresnillo, Observatori del Deute	74
Educación en valores. Eduard Cantos, Intermón-Oxfam	76
• Comunicación y nuevas tecnologías.	
Maria Peix, Pagesos Solidaris	84
Clara Inés López, Red de Agentes de Codesarrollo	91
• Nuevos espacios para la comunicación.	
Mescladís. Ignacio Fontclara - Martin Habiague	93
• Reflexiones desde origen alrededor de los procesos comunicativos: el caso de Méjico. Jorge Martínez, Instituto Mexicano de Tecnología del Agua (IMTA)	100
• La emigración ecuatoriana: comunicación y familia. Cristina Carrillo. FLACSO, Ecuador	105
• De una comunicación sobre los migrantes hacia una comunicación de los migrantes. Souhail Chichab, Universidad Libre de Bruselas	128
Conclusiones	140
Annexos	
Presentación VI Jornadas, Jaume Font	147
TV3, Tot um món. Carles Solà	149
COM Radio, TotsxTots	155
Assamblea per la Comunicació Social, LaTele. Carme Mayugo	159

Introducción

La Fundación Pagesos Solidaris tiene como objetivo el desarrollo humano, económico y social de las sociedades agrarias más desfavorecidas, en especial las de los países empobrecidos, y ofrecer apoyo a sus estructuras organizativas.

Con esta finalidad, la actividad de la entidad se localiza en:

- La acogida e integración del colectivo de trabajadores de temporada que participan en las campañas agrarias de Cataluña, la Comunidad Valenciana y las Islas Baleares.
- El apoyo de iniciativas de desarrollo rural surgidas de la comunidad de origen de los migrantes temporeros.
- Y la sensibilización de las poblaciones de acogida y de la sociedad en general sobre la realidad y problemáticas de las sociedades agrarias, así como la búsqueda de alternativas de superación de las desigualdades a las que todavía hoy se enfrentan aquellos que viven en el mundo rural.

Estas líneas de trabajo se enmarcan en el esquema de Codesarrollo, que no es otra cosa que el resultado de la vinculación entre las migraciones internacionales y el desarrollo local. Una propuesta de trabajo en continua evolución y adaptación. Por esta razón, cada año Pagesos Solidaris organiza unas Jornadas dedicadas a la reflexión y debate entorno el Codesarrollo y sus diferentes dimensiones.

La práctica del Codesarrollo a menudo se representa con la construcción de puentes de información y conocimientos que circulan en dos sentidos: de las comunidades de origen de los migrantes a la sociedad de acogida y al revés. De esta manera se favorece la cooperación para el desarrollo mutuo.

Un elemento clave para el establecimiento de estos puentes es la comunicación entre los diferentes actores del proceso (ONGs, administraciones públicas, empresas, medios de comunicación,...). Dada la importancia de este factor para lograr los objetivos del Codesarrollo, hemos querido dedicar la sexta edición de estas jornadas a **“ONGs, migraciones y desarrollo: por una comunicación de**

ida y vuelta". En ellas queremos plantear si la comunicación que realizan los diferentes actores contribuye verdaderamente a la construcción de puentes donde la información y los conocimientos favorecen al codesarrollo.

En este sentido, M. Cebrián explica que: *"El modelo de comunicación no debe concebirse cómo comunicar en el sentido de trasladar algo a otras personas, sino en el de comunicarse o intercambiarse informaciones. (...). Busquemos, pues, hacer realidad lo que etimológicamente es la comunicación: intercambio de ideas, informaciones, sentimientos hasta llegar a la común unión de las partes implicadas en el proceso, lo cual no supone unanimidad, sino debate, en el que habrá elementos ajenos aceptados y otros rechazados. Pasemos del comunicar al comunicarnos, del transmitir algo a otros a intercambiarnos recíprocamente algo."*¹

El objetivo es exponer, debatir y analizar procesos comunicativos actuales y propuestas de futuro para entrever los fundamentos de una comunicación social efectiva y basada en valores como la equidad y la justicia social. A lo largo de las jornadas esperamos apuntar, a través de los diferentes participantes, posibles respuestas a cuestiones como: ¿Cuáles son las limitaciones de la comunicación social? ¿Quiénes son los actores directamente implicados? ¿Qué papel juegan los medios de comunicación?

Esperamos que éstas y otras cuestiones se conviertan en el hilo conductor del debate abierto y de los grupos de discusión que tendrán lugar a lo largo de las Jornadas, grupos de trabajo que se centrarán en el análisis de casos paradigmáticos de comunicación en el Tercer Sector.

Volver al índice

¹ Mariano Cebrián Herreros. Catedrático en Información Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid. Artículo: "Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos", en www.saladeprensa.org/art479.html (consulta el 01.10.06)

Presentació VI Jornades de Codesenvolupament

Jaume Font Planells, director de Pagesos Solidaris ²

Bon dia a tothom. Per començar l'acte de presentació de les VI Jornades de Codesenvolupament voldria agrair a tothom, de part de tot l'equip de Pagesos Solidaris, el fet de venir fins aquí a la Barceloneta. Aquest any són les sisenes jornades que organitzem i per arribar-hi hem fet un llarg recorregut del que n'hem recollit moltes experiències. Vam començar l'any 2001 i per primera vegada des d'aquells inicis, ja no som els únics que organitzem jornades, seminaris o trobades al voltant del codesenvolupament. Alguns dels actes que es celebren ben aviat són les IV Jornades senegaleses dedicades a tractar els fenòmens de la migració i el codesenvolupament en el món rural demà i demà passat a Girona; a València del 14 al 16 de novembre es celebren també unes jornades de codesenvolupament; a Madrid del 15 al 17 de novembre s'organitza el *Seminario de Codesarrollo: nuevos actores, nuevos mercados*; i per últim el seminari que organitza la Direcció General de Integración de los Inmigrantes a Cartagena d'Índies sobre la migració com a element en l'agenda del codesenvolupament. Podríem dir que ens trobem en la setmana del codesenvolupament amb un total de cinc trobades al voltant del tema. Creiem, doncs, que és un bon moment per prendre el pols a l'estat de conceptualització, reflexió i pràctica en que es troba el codesenvolupament.

L'any passat vam fer unes jornades que giraven al voltant d'experiències pràctiques i processos participatius, on els protagonistes van ser les persones que porten a terme projectes de codesenvolupament: des d'associacions d'immigrants fins als Agents de Codesenvolupament de la nostra entitat passant per altre tipus d'institucions. Enguany hem fet una nova aposta, hem plantejat un nou repte: tractar la qüestió de la comunicació en codesenvolupament. Creiem que és un bon moment per parlar de comunicació. De fet, a finals d'octubre, han coincidit en el temps dos esdeveniments molt importants. Per una banda, el Congrés Mundial sobre Comunicació per al Desenvolupament celebrat a Roma en el que es pretén tractar de quina manera es pot vincular

² Texto traducido al castellano en Anexos, página 147

millor el desenvolupament a través de la comunicació³. D'altra banda, el llançament del Pacte Mundial dels Mitjans de Comunicació de Nacions Unides, segons el qual es demana als mitjans de comunicació de difondre més informació sobre les actuacions que es fan en desenvolupament⁴. , Aquest és, doncs, un bon moment per abordar amb serenitat i esperit crític quin és el paper de la comunicació. Per tant, l'objectiu de les jornades és el de pensar i reflexionar al voltant de les experiències que ja s'han donat en comunicació en el món de la migració i el desenvolupament per extreure'n lliçons que puguin ser d'utilitat en el terreny del codesenvolupament. A partir d'aquí estaríem en situació de respondre a qüestions com: és necessària una comunicació diferent?; és una oportunitat per fer una comunicació més social que permeti enfortir els processos de codesenvolupament?; quin paper ha de jugar aquesta comunicació?

Els diferents participants tractaran aquestes qüestions, ja sigui de forma més conceptual, més dinàmica a través del debat, o bé més pràctica – en la sessió de tarda s'organitzaran 3 tallers pràctics -. Així doncs, desitgem que quan acabin les jornades ens emportem tots plegats algun aprenentatge a casa que permeti millorar la tasca que porten a terme institucions i persones - agents i migrants – al voltant del codesenvolupament des del punt de vista de la comunicació.

Aquesta no és una presentació molt institucional. L'acte de caire més institucional l'hem deixat per la cloenda de les jornades a càrrec de l'actual director de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament, el Sr. Àlex Masllorens. No voldria prendre més protagonisme als ponents que són els que realment ens aportaran continguts per debatre i reflexionar, només voldria afegir dos comentaris. D'una banda, a l'entrada del Centre Cívic trobareu una exposició de les fotografies més destacades del concurs Fotoconnecta't, una iniciativa de Pagesos Solidaris en la que els migrants que treballen en les campanyes agràries de les comarques de Lleida van recollir en fotografies l'experiència de treballar i viure al camp. Recomano la visita a tothom que no l'hagi vist, les fotografies són de gran qualitat i resumeixen molt bé aquesta experiència. D'altra banda, agrair al Centre Cívic La Barceloneta que ens hagi facilitat el poder celebrar aquestes jornades. Cada any anem canviant de lloc, les jornades són itinerants, i aquest fet ens permet apropar-nos a diferents col·lectius de la ciutat. Us animo a participar decididament i plantejar el màxim de preguntes possibles en els espais de debat.

A continuació, i per començar l'espai de ponències tinc al meu costat a en Javier Erro. Per presentar-lo diré que Javier es una persona con un largo recorrido en el mundo de la comunicación. Es profesor e investigador de comunicación y educación para el desarrollo de la Universidad de

³ Pàgina oficial del Congrés: <http://www.devcomm-congress.org/worldbank/public.asp>

⁴ Per a més informació consultar: <http://www.un.org/spanish/News/fullstorynews.asp?NewsID=8036>

Navarra y también es coordinador de la Fundación Paz y Tercer Mundo de Navarra. Coordina también junto a Teresa Burgui el Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía. Entre sus más de treinta publicaciones entre libros y artículos hay un libro muy recomendable, “Descubrir y construir procesos de comunicación social: aportes para diseñar políticas, estrategias y estructuras de comunicación en las Ongs”, publicado por Egoa en el 2003. La ponencia que nos va a presentar hoy lleva por título “Medios y Tercer Sector, el periodismo social” y en ella trata de recuperar lo social de la comunicación abordando el papel de la misma y analizando si realmente desde la comunicación, con una visión más social, se puede contribuir a fomentar acciones más solidarias. Sin más preámbulos, paso la palabra a Javier.

Volver al índice

Medios y tercer sector: ¿periodismo social y/o recuperar lo social de la comunicación?

Javier Erro Sala, Universidad de Navarra

Profesor e investigador de comunicación y educación para el desarrollo. Actualmente coordinador técnico de la materia "Globalización, cooperación y desarrollo" en la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Pública de Navarra (UPNA), y coordinador de la Fundación Paz y Tercer Mundo en Navarra. Coordina también, junto a Teresa Burgui Jurío, el "*Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía. Otras relaciones entre medios de comunicación, nuevos movimientos sociales y nuevas tecnologías*".

Ha publicado aproximadamente una treintena de trabajos (libros y artículos) relacionados con la comunicación, la educación y el desarrollo. Entre ellos: *Descubrir y construir procesos de comunicación social. Aportes para diseñar políticas, estrategias y estructuras de comunicación en las ONGD*; *La situación de comunicación de las ONGD en la Comunidad Autónoma Vasca*, (con Javier Ventura) y *Comunicación, Desarrollo y ONGD*.

Pensar la comunicación desde el "codesarrollo" -colocando en el centro al otro próximo, el que vive entre nosotros-, plantea desafíos y oportunidades tanto al Tercer Sector como a los medios de comunicación⁵. Desafíos porque interpela de frente a los modelos dominantes de Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) y de periodismo, que no parecen capaces de dar cuenta de ese "otro" -el inmigrante, el extranjero, el diferente-, salvo como "víctima carenciada" (frente a la que sólo cabe la caridad), o como amenaza social (frente a la que levantar muros). Oportunidades porque destapa las dificultades de las ONGs para asumir de manera no instrumental la dimensión comunicativa de su espacio de trabajo, y porque denuncia los problemas de los "medios" para cumplir con su responsabilidad social. Dos señalamientos desde el "codesarrollo" que pueden sumar a la hora de reconducir a términos públicos un debate comunicativo que apenas acaba de empezar.

Visto así el tema, la idea de codesarrollo contiene un considerable poder "señalador". Saca al descubierto si las organizaciones del Tercer Sector⁶ se entregan a formas de solidaridad que suelen

⁵ A partir de este momento "medios". Los "medios" integran un sistema de información (sistema mediático) y son, como organizaciones complejas, muchas cosas a la vez. Son sobre todo empresas, parte de grandes emporios culturales, pero también una red, una trama discursiva, y una esfera de prácticas profesionales cruzadas. Pero, sobre todo, constituyen un nuevo "entorno natural" desde el que percibimos la realidad y nos percibimos nosotros mismos. Sin embargo a efectos de este trabajo estoy pensando en la idea convencional de "medios": prensa, radio y televisión (prescindiendo de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación de las infinitas posibilidades que nos abren, que es otro cantar).

⁶ A efectos prácticos de este trabajo nos interesa destacar que el Tercer Sector está lejos de ser una realidad coherente y perfectamente definitiva. Constituye sobre todo un fenómeno heterogéneo e incluso contradictorio de organizaciones, sujetos y prácticas sociales, hermanadas por algunos elementos comunes: un cierto grado de estructura, institucionalidad

agotarse en la gestión institucional privada o coyuntural; o si se atreven a apostar con decisión a visiones y prácticas solidarias que ayudan a restablecer vínculos sociales más humanos y con vocación permanente, desde la esfera pública. Ese paso desde el "yo" al "otro" próximo, de lo privado a lo público, marca la diferencia entre ejercer un uso instrumental de la comunicación o hacer "comunicación social" para comenzar a "hacer social" la comunicación. El debate giraría entonces alrededor de dos ejes que están lejos de marchar acompasados. El paso de una comunicación diseñada sólo para lo institucional a una comunicación social; y el tránsito de una comunicación que se consume en lo privado a una comunicación pensada desde la recreación de lo público. El primero nos remite al presente inmediato y a los intereses de nuestra institución; el segundo, además, al provecho de todos los ciudadanos y ciudadanas y a la noción de un futuro posible⁷.

DE LO INSTITUCIONAL A LO SOCIAL

El ambiguo término de "codesarrollo" -desarrollado por Sami Naïr en 1997 y puesto en escena a partir de la Cumbre Europea de Tampere en 1999-, necesita adquirir contenido preciso y operativo. Si lo entendemos como un conjunto de interacciones y estrategias dinámicas relacionadas con las migraciones internacionales dentro del proceso de globalización, nos remite al ámbito cultural: a la construcción de una sociedad intercultural a partir del encuentro entre personas de distintas procedencias y a los mecanismos de creación de desarrollo local, pero con una visión de globalidad. Por lo tanto si el "codesarrollo" significa algo en el discurso -por otra parte barroco- del campo de la cooperación internacional para el desarrollo, tiene que ver con la cultura, lo que nos empuja con fuerza a virar de un modelo de comunicación instrumental a una perspectiva de comunicación social. De aquí que esté llamado a dar un sonoro aldabonazo en el debate abierto en torno al papel de la comunicación en las organizaciones del Tercer Sector. A contribuir a que las ONGs comiencen a enfrentarse cara a cara con la "naturaleza cultural"⁸ del "problema comunicativo"⁹ que les aqueja tanto como asusta.

y vocación de permanencia; carácter no gubernamental, privado; ausencia de ánimo de lucro; y fines sociales de interés general o de mejora de la vida de personas y comunidades.

⁷ Por eso la "comunicación institucional" suele consumirse en el "marketing" y en la recaudación de recursos privados (económicos, simbólicos y técnicos), mientras que la "comunicación social" tiende a plantearse una responsabilidad educativa pública. Frente a una "comunicación para los recursos" aparece la idea de una "comunicación en valores". Sobre este tema puede verse J.Erro: "ONGD: ¿comunicarse por qué y para qué? El paso de la comunicación mercadeada a la comunicación social educativa", en V.J.Benet y E.Nos Aldas, "La publicidad en el Tercer Sector. Tendencias y perspectivas de la comunicación solidaria", Icaria, Barcelona, 2003: 53 a 82.

⁸ Hemos definido en otros textos el problema de la comunicación como de origen "cultural" con un componente técnico, pero nunca al revés. Es decir, que el estilo de comunicar de una organización tiene que ver, sobre todo, con su modelo institucional, con su manera de entender el mundo y al ser humano, con su forma de concebir la solidaridad. J.Erro: "¿Pensar la comunicación o revisar el modelo de organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD)?", en E.Nos Aldas y M.J. Gámez Fuentes, "Medios de comunicación y solidaridad: reflexiones en torno a la (des) articulación social". U.Jaume I, 2006: 89 a 106.

Al actual modelo de comunicación predominante en las ONGs, -aunque vaya puliendo sus herramientas técnicas-, le faltan la base teórica y social suficientes para evitar que los "medios" representen y presenten al "inmigrante" como una amenaza pública. El Tercer Sector está asistiendo, impotente, a la puesta en la escena pública de la figura del "inmigrante-extranjero" como "el espacio simbólico en el que la gente puede proyectar toda suerte de angustias"¹⁰. Los débiles y discontinuos lazos de solidaridad que tanto esfuerzo cuestan de tejer día a día en las organizaciones sociales, se deshacen rápidamente en jirones cuando desde los "medios" se acude con tanta frecuencia al fantasma colectivo del miedo. Aquello tejido durante el día se deshilvana durante la noche. Lo que no acaba de verse desde el Tercer Sector es el cambio fundamental que se ha producido en el papel social de los "medios". En nuestra sociedad -compleja, "caótica", insegura y amenazante- los "medios" son las instituciones encargadas de "absorber la inseguridad" de la gente. "Los medios, más que información, proporcionan seguridad, configuran una especie de seno protector, una estabilidad y confianza fundamentales" (...) los medios absorben la inseguridad y producen hechos" (Innerarity)¹¹. Son ellos quienes aportan coherencia para poder sobrevivir, ordenan nuestro mundo, nos inyectan seguridad. Por eso los "medios" tienen hoy tanto que ver con los "miedos" sociales¹².

El problema central ya no es lo que los "medios" "destruyen" -tergiversan o deforman las realidades-, tal como se había leído desde el Tercer Sector, sino que las "construyen": De aquí que nos debamos preguntar cómo nos vienen presentando y representando el "fenómeno social de la inmigración" y la figura del inmigrante, como símbolo del "otro" y como base cultural para la convivencia y la solidaridad. O, mejor dicho, como se van soltando lazos y abrazos solidarios que el codesarrollo y otras prácticas de solidaridad pueden promover cuando desde los "medios" se convierte al "otro" en un instrumento para extender la cultura del miedo y de la seguridad en la sociedad¹³.

⁹ En la existencia del problema comunicativo de las ONG coinciden la mayoría de las investigaciones de los últimos años. Ver J.Erro: "Para entender a los medios y entenderse con ellos desde la comunicación social", en FUNDESO, "Los/as comunicadores/as como agentes de educación para el desarrollo y la sensibilización. Apuntes sobre relaciones Norte-Sur, género, conflicto, migraciones y desarrollo". Bilbao. 2006: nota 47, página 41.

¹⁰ R.Sennett, "La cultura del nuevo capitalismo". Anagrama. Barcelona. 2006:146.

¹¹ D.Innerarity, "El nuevo espacio público", Espasa, Madrid, 2006: 84.

¹² El escritor Manuel Rivas señala en un artículo de opinión que: "En las facultades de Periodismo habría que empezar a distinguir entre medios y miedos de comunicación y entre mass media y un mass miedo. El objetivo último del miedo es amedrentar la libertad" (Manuel Rivas, Los muros, El País, 28-10-06, pag. 67) Sobre este tema puede verse J.Erro, "Comunicar desde las ONGD: ¿problema de "medios" y/o de miedos?", ponencia presentada en "Jornadas sobre género, desarrollo y comunicación". Fundeso. Unesco-Etxea. UPV-EHU. G.Vasco. Bilbao. 25-11-04.

¹³ La batalla del miedo tiene mucho que ver con la idea de la demanda de seguridad y con el nivel de sumisión y desactivación de la sociedad civil en una democracia que se sabe en crisis y opta por cerrarse. Ignasi Guardans y Cambó, diputado al Parlamento Europeo de la Alianza de los Demócratas y Liberales por Europa, la describía con detalle en su artículo "Bombas de desodorante" (El País, 23-11-2006, 15), que originó una réplica (Comisario Europeo Barrot, 30-11-06:16), una contraréplica (I.Guardans, 2-12-06:18), y un artículo de ese periódico ("Secretismo aéreo en la UE", 3-12-06:12). Sobre este tema puede verse también J.García Roca, "El mito de la seguridad", PPC, Madrid, 2006.

Está por analizarse la responsabilidad de los "medios" en Europa en la construcción social del fenómeno de la inmigración como "problema", y en la erección de la figura del inmigrante como principal "amenaza social". Pero ya sabemos que, por fin, la inmigración "se ha convertido en uno de los problemas que los ciudadanos de Europa occidental perciben como apremiantes", tal como nos recuerda el periódico El País¹⁴. Lo curioso es que este periódico, sin asumir cuota de responsabilidad alguna, reconoce que "sin duda, ha influido el *efecto imagen* de los cayucos, pese a que la mayor parte de la inmigración regular e irregular llegue en avión o por carretera". Y todo ello a pesar de que "tanto en España como en el Reino Unido, la inmigración está contribuyendo de forma decisiva al crecimiento económico y al funcionamiento de estas sociedades. Sin ella, se pararían los servicios más básicos. Pero la Europa de la libre circulación no tiene una verdadera política común de inmigración y asilo hacia su exterior, y apenas hacia los nuevos miembros". Lo que calla El País es que basta revisar sus páginas para comprobar que lleva ya años presentando el drama de la inmigración, literalmente, como "problema", aún cuando el conjunto de la sociedad española -según las investigaciones- estaba lejos hasta ahora de percibirlo como tal.

El periódico El País no es una excepción. Un informativo de Antena 3 -espacio "A fondo"¹⁵- abordó el tema de los robos y carteristas de Sevilla ilustrándolo con imágenes de la detención de varios inmigrantes apresados por vender productos -"top manta"- . Se "criminaliza" así públicamente al inmigrante; se le presenta en público como amenaza social.

¿Han conseguido ya los "medios" convertir el drama humano de la inmigración en "problema social" ante la impotencia de las ONGD? ¿Estamos perdiendo la posibilidad de presentar el encuentro con el "otro", a través de la figura del inmigrante, como oportunidad de encuentro intercultural? Como escribe **Blanca Sánchez Alonso** ("La globalización perfecta", El País, 29-10-2006,19): (...) "*el factor de mayor desigualdad hoy en día en el mundo es el lugar de nacimiento y paradójicamente es sobre este criterio sobre el que las sociedades avanzadas aceptan discriminar quién tiene derecho a vivir dentro de nuestras fronteras. Los europeos del siglo XIX lucharon por conseguir la eliminación de las barreras a la emigración y por el derecho a la libertad de residencia; podemos justificarlo con todo tipo de argumentos pero ese derecho no existe hoy en día para la mayor parte de la población mundial*". El proceso habría consistido en convertir primero a un sujeto, la víctima (el inmigrante forzado), en un objeto (mercancía con derechos restringidos), y después en un objeto-sujeto de generación de miedo (la figura del "inmigrante-amenaza").

¹⁴ 28-10-06 En España el último sondeo del CIS lo sitúa por primera vez en cabeza (59%), con diferencia sobre el paro, la vivienda y el terrorismo" (editorial, pag.16).

¹⁵ Informativo de Antena 3 del domingo 19 de noviembre del 2006.

DE LO PRIVADO A LO PÚBLICO

El segundo paso consiste en dejar de pensar el trabajo de la comunicación desde la dimensión privada para comenzar a hacerlo desde la órbita pública. Supone saltar desde una idea de "comunicación institucional" diseñada alrededor del eje de lo privado y en términos mediáticos, a una idea de "comunicación social" que gire en torno a la esfera pública y construida en términos culturales. La primera, como ya hemos visto, nos habla "desde" y "para" la institución; la segunda nace "desde" y "para" la responsabilidad y la transformación social.

Cuando hablamos de comunicación social estamos incidiendo de lleno en la batalla contra la destrucción de lo público a manos de lo privado que denuncia Bauman¹⁶. Este sociólogo nos recuerda que lo público puede morir si permitimos que se convierta en una falsa esfera pública que sólo integra intereses privados. Vivimos en una sociedad en la que los "temas sociales" se convierten habitualmente en asuntos privados, ligeros y triviales, disfrazados con un barniz de novedad y dramatización: en un falso "interés común". La pregunta que late en el fondo es en qué estamos pensando cuando hablamos de "solidaridad", en una actividad privada próxima a la filantropía, o en el eje sobre el que debe girar toda sociedad que se dice democrática y, muy especialmente, una sociedad global que condena a continentes enteros, excluye a sus poblaciones mediante la violencia, y que además se sabe insostenible.

Frente a un modelo de comunicación -la instrumental- que alimenta la privatización de la solidaridad y antepone obstáculos al afán de hacer de la acción solidaria un pilar del debate público sobre el modelo de sociedad que queremos construir, la idea de comunicación social tiene la vocación irrenunciable de reconstruir lo público. Por eso pone el énfasis en pensar la comunicación y la información como bienes comunes de los que no somos dueños, sino gestores. Un mensaje, por lo tanto, no será "social" sólo porque se transmita a través de eso que llamamos "medios de comunicación social"; sino porque "hace" o "deshace" relaciones sociales, porque activa o desactiva determinados valores, porque promueve o disuelve niveles de socialidad y humanidad, comunes, necesarios y de interés para la gran mayoría de los ciudadanos y ciudadanas. La naturaleza "social" de un mensaje está vinculada a su esfuerzo de anteponer lo planetario frente a lo particular, lo que nos afecta a todos y todas frente a lo que incumbe a intereses de unos pocos. Al parecer en estos tiempos de tanta confusión hay que volver a recordar lo obvio: la esfera pública es el espacio cívico del bien común por contraposición al espacio privado de los intereses particulares¹⁷.

¹⁶ Z. Bauman, "Modernidad líquida". FCE. Argentina. 2004.

¹⁷ En este sentido aunque la disciplina del "periodismo social" que busca asumir "su papel como protagonista de los procesos sociales y reflexiona sobre su responsabilidad en los mismos", y se propone como meta que "la comunicación sirva para generar un mejor diálogo entre los distintos sectores de la sociedad" (A. Cytrynblum, "Periodismo social, una nueva disciplina", La Crujía, Buenos Aires, 2004), supone un avance importante, la batalla decisiva estaría en cómo "hacer social el periodismo".

Sin embargo el fenómeno de la inmigración ha llegado a la esfera pública y se ha erigido en tema de debate e interés común una vez que la figura del inmigrante ha sido construida alrededor de una sombra sospechosa o, mejor, de una amenaza social que requiere nuevas doctrinas de seguridad. Creo que estamos ante un caso ilustrativo de que el estilo instrumental comunicativo predominante en las ONGs no está sirviendo para abordar los enormes desafíos sociales que tienen ante ellas.

¿Qué hacer entonces? ¿Cuál es aquí el papel de las ONGs en términos estrictos de comunicación social? Desde una perspectiva de comunicación instrumental, próxima a la filantropía¹⁸, preocupa cómo mejorar técnicamente la información sobre la inmigración. Desde una perspectiva de comunicación social, además de eso, la inquietud fundamental es conseguir que el debate en torno al drama de la inmigración en una sociedad global sobrepase el enfoque económico (propio de las mercancías) y asuma un enfoque humano (en términos de solidaridad e interculturalidad). Se trata de contextualizar el tema, de colocarlo en la esfera pública con todo su espesor social y humano. No estamos ante un problema de números -¿cuántos inmigrantes pueden acogerse?-, sino de personas empujadas a dejarlo todo para recuperar el sentido de la esperanza. Perder de vista este extremo supone condenarse al fracaso. Partir de aquí, sin embargo, permite recuperar otras preguntas hoy soterradas.

¿Realmente la inmigración es un "problema"? ¿Y si el "problema" fuera nuestro modelo de sociedad, mercantilista y deshumanizada? La figura del inmigrante -la del "extranjero", la del "otro"-, se mueve en el límite de lo intolerable: nos "des-cubre" como modelo de sociedad, como cultura que coloca a las mercancías por encima de las personas. Por eso se busca -y se está consiguiendo- que el inmigrante pase del papel de "víctima señaladora" a "victimario señalado"; de acicate para recrear una nueva cultura de la solidaridad a mecanismo para generar una también nueva cultura de la seguridad. Esto es lo que, en el fondo, se está jugando hoy en términos comunicativos, sin que desde las ONG se sepa atajar. Tal vez por eso, si no le ponemos remedio, pueda llegar el día en que esos mismos ciudadanos y ciudadanas que colaboran con el Tercer Sector se muestren indiferentes, o incluso dispuestos a apoyar políticas inhumanas e insolidarias de sus gobiernos frente al drama de la inmigración. Y que lo hagan sin sentir por ello contradicción alguna en su proceder.

¹⁸ Las fronteras entre la falta de ánimo de lucro y el interés comercial se difuminan cada día más, el último ejemplo: los "filantroemprendedores". Ver S.Strom, "Los filantroemprendedores combinan ganancias con caridad", The New York Times, en El País, 30-11-2006, pag.7.

Debate

¿Cuál crees que puede ser el papel de las nuevas tecnologías para favorecer lo que comentabas de la horizontalidad de la comunicación? ¿Con esos medios puede ser comunicación sustantiva o socialmente útil?

Las nuevas tecnologías son ambivalentes como lo es el propio tercer sector, a pesar de su ambivalencia, abren posibilidades desconocidas. La fundamental es que introducen el concepto de comunicación no como forma de llegar al otro sino como forma de organizarse con las nuevas tecnologías, con el concepto de red. La red es previa a la computadora, es un concepto que significa que rompemos jerarquías, que rompemos estructuras de emisor-receptor y que permite conseguir otras cosas. La red es una manera de organizarse que con las nuevas tecnologías se hace posible a lo grande, antes nos podíamos organizar en red en pequeñito, en cuanto crecía la institución se nos jerarquizaba, sin soltar las campanas al vuelo, las nuevas tecnologías permiten eso y esta es una de las grandes acusaciones que sectores de nuevos movimientos sociales están haciendo a las ONGs de desarrollo. Nosotros, en el foro en el que estamos trabajando, “Comunicación, Educación y Ciudadanía: otras relaciones posibles entre medios de comunicación”, estudiamos los nuevos movimientos sociales y las nuevas tecnologías de la información. ¿Qué es lo que pasa? Que nos sacude porque nosotros necesitamos resultados a corto plazo, somos tan “corto placistas” que no podemos trabajar lo cultural, que no podemos perder mucho tiempo haciendo red, que no podemos perder mucho tiempo en el debate. En el tema de las ONGs, aquellas ONGs que opten por la filantropía y las que opten por la gestión, de aquí a no muchos años, a diez años, van a tener que ser muy distintas porque están haciendo cosas muy distintas y nosotros seguimos dormidos.

¿En qué cree que ha mejorado la comunicación en los medios de tradición como la radio o la televisión?

Yo creo que en la sociedad en la que vivimos en la que están intentando disolver lo social en lo privado, el pensamiento único existe, pero también es una sociedad porosa que se aproxima al caos, eso quiere decir que en los medios hay mucho trabajo que hacer, los medios no son uniformes, la actualidad está tan mezclada que nadie puede controlarla del todo, las cosas que salen son contradictorias pero dentro de una estructura. Frente a los temas sociales los medios tienen dos actitudes, una es cohibirlos, otra es remarcarlos, en un proceso que les quita importancia, que los trivializa. Por ejemplo ha sido más importante la victoria de los demócratas en Estados Unidos que la masacre de Palestina. Yo no soy nada partidario de las teorías de la conspiración y desde luego no soy nada partidario en pensar en los medios como grandes imperios inaccesibles, el

tema es que la comunicación hoy es tan importante que no puede estar únicamente en manos de los medios, lo que tenemos que exigir es la responsabilidad social de los medios.

Tal y como se está enfocando el tema de las relaciones de Oriente y Occidente se contribuye a crear una brecha y un problema. Yo tengo escrito un caso que es, cómo informó el medio El País de las declaraciones del presidente de Irán sobre el tema del holocausto, se insistía en que el presidente había dicho que el holocausto no existía, y eso no es verdad, el propio texto de El País desmentía el titular, lo que el presidente decía es que Israel estaba utilizando el holocausto como excusa, eso no es decir que no exista, ahí se está fomentando la violencia entre Oriente y Occidente.

El tema es el debate público, hay que exigir un debate público sobre la inmigración a todos los sectores sociales, un debate que no esté basado sólo en la economía, que sea práctico y concreto, que piense en posturas concretas, pero que plantee el debate en todos sus términos, desde los derechos humanos, desde la interculturalidad y desde la economía y eso es lo que tenemos que hacer. No tenemos que rechazar a los medios, pero tampoco debemos mediatizar nuestra comunicación que es lo que tarde o temprano estamos haciendo, ahí perdemos nuestra fortaleza, la fuerza de los medios es tremendamente fuerte frente a la debilidad de la sociedad civil, pero no somos gentes inermes.

Cuando hablabas de los mecanismos de control por parte de la ciudadanía de los medios de comunicación, quería saber si podías concretar más en qué tipo de mecanismos de control estás pensando. Otra pregunta, cuando dices que hay que pedir responsabilidad social a los medios, si no crees que el primer punto por el que deberían pasar o aceptar es que no son objetivos, que la objetividad no existe y que ellos ofrecen una determinada visión sobre la realidad.

Pensar en la objetividad es una ilusión y una dirección, cómo voy a ser objetivo si soy un sujeto, yo soy subjetivo, esto en términos filosóficos, en términos periodísticos también es una dirección, todavía existen facultades de comunicación absolutamente desaprensivas que siguen hablando a la gente de objetividad, yo creo que había que hacer algo con esa gente que sigue hablando de objetividad dentro de este ámbito, pero es que para los periodistas eso es muy cómodo, porque te ponen por encima del bien y del mal.

Una información es cultural, que aterrice un avión hoy en el aeropuerto de Barcelona no es una noticia, pero si aterriza en Brasil, en una comunidad en la que nunca ha llegado un avión, es la

noticia del siglo, y es la misma información, ¿por qué? Porque los sistemas culturales son distintos, subjetividad.

Responsabilidad social de los medios, es más, yo creo que aquí hay que dar otro giro, la mayoría de los profesionales de la comunicación no son conscientes porque no han sido formados ni preparados para ello desde sus facultades o desde su profesión para conocer qué es la sociedad mediática y la importancia que tiene en nuestras vidas, no la conocen, se piensan que lo que hacen tiene menos trascendencia de la que tiene, si la conocieran, serían mucho más partidarios de la responsabilidad social. No podemos permitir que el control social y el debate sean corporativos, no podemos permitir que sea sólo de los periodistas, tiene que ser de la sociedad, porque el trabajo mediático es lo que hoy constituye el futuro de la sociedad. Dicho de otra manera, hoy en día en los departamentos de Sociología sólo tienen que trabajar la Sociología de la Comunicación, porque pensar en la sociedad es pensar en sociedad mediática, por lo tanto el control tiene que ser social. Respecto a procedimientos para el autocontrol, os lanzo un desafío, que alguien me demuestre que el autocontrol de los medios de comunicación existe en este país, estamos impunes en este terreno, el autocontrol no existe.

Volver al índice

La imagen del Sur: los efectos de la mediatización

Hildegart González Luis, Universidad de Navarra

Profesora e investigadora en comunicación, Doctora *cum laude* en Comunicación por la Universidad de Navarra. Profesora del Departamento de Comunicación Pública de la misma universidad. Actualmente, es directora de comunicación de la Asociación Navarra Nuevo Futuro y ha colaborado en revistas como *Compromiso empresarial* y *¿Actúas?*, entre otras. Su tesis doctoral sobre las estrategias de comunicación de las ONGD y su impacto mediático ha sido publicada recientemente por CIDEAL. La investigación determina que, desde la década de los 90, se ha incrementado la labor informativa de estas instituciones, para disminuir el desconocimiento generado en la opinión pública sobre esta materia y plantea algunos retos, que estas organizaciones deben afrontar en el ámbito de la comunicación y, en especial, de la educación para el desarrollo.

Este artículo pretende analizar, en primer lugar, la imagen que las organizaciones no gubernamentales (ONGD) y los medios de comunicación difunden sobre las poblaciones de los países en vías de desarrollo (PVD) en dos situaciones: durante emergencias, y en situaciones de normalidad. De forma paralela al análisis se describen los efectos y consecuencias que ambas imágenes pueden generar en la opinión pública. Tras ello, se analizan cuáles son las coincidencias, las diferencias y la influencia entre las imágenes generadas por ambos actores. Por último, se apuntan algunos consejos orientados, principalmente a las ONGD, para mejorar dicha imagen.

Los resultados que se aportarán son producto de una investigación más amplia en la que se han analizado cuantitativa y cualitativamente las notas de prensa enviadas desde 1998 hasta el 2004 por 8 ONGDs¹⁹ y las noticias publicadas sobre estas instituciones por tres periódicos nacionales y dos económicos durante los años mencionados.

1. Imagen que reflejan las notas de prensa

Los datos obtenidos del análisis apuntan que la información proporcionada por las ONGDs contribuye a reforzar los tópicos establecidos sobre los PVD. Asimismo, se puede afirmar que la

¹⁹ Intermón- Oxfam, Médicos Sin Fronteras, Ayuda en Acción, Acción contra el Hambre, Médicos del Mundo, Codespa, Manos Unidas, MPDL. Fueron seleccionadas por ser las que en 1998 más invertían en el campo de la comunicación.

representación que difunden las ONGDs está notablemente condicionada por la actualidad noticiosa. En guerras y catástrofes, las ciudadanías de estas regiones son presentadas bajo el estereotipo de víctimas. Los comunicados las describen casi exclusivamente como personas despojadas de los recursos mínimos²⁰, indefensas ante realidades que les superan²¹, en situaciones límite²², extremas²³, etc. En la mayor parte de los casos, son presentadas como sujetos pacientes. Sólo en ocasiones aisladas desarrollan algún tipo de acción de supervivencia, como la huida²⁴.

Los adjetivos más frecuentes con los que las ONGDs califican a estas poblaciones en los comunicados que remiten a los medios son: desplazados, desaparecidos, enfermos, agotados, debilitados, muertos, hambrientos, en peligro, damnificados, atemorizados, asediados y hostigados²⁵.

Estos rasgos, como ponen de manifiesto los ejemplos citados a pie de página, se repiten de forma constante en las seis catástrofes analizadas en esta investigación: el huracán *Mitch*, la guerra de Sierra Leona, las inundaciones en Mozambique, el terremoto en la India, el terremoto de Afganistán y la guerra de Liberia.

La caracterización de las poblaciones según los rasgos descritos puede generar en la opinión pública los siguientes efectos. En primer lugar, contribuye a asentar la idea de que esas poblaciones están en situaciones tan extremas que únicamente si la ayuda llega desde el exterior se pueden solucionar los problemas referidos, fomentando con esta información una percepción paternalista de la ayuda. En segundo lugar, se favorece la reducción de responsabilidades ya que la primera reacción ante la descripción de estas realidades suele ser la aportación económica. Por último, el considerable grado de dramatismo de algunos de los comunicados puede avivar poco a poco la insensibilización de la opinión pública ante estas realidades.

²⁰ “[...] Los inmigrantes permanecen en descampados a las orillas del río y en edificios abandonados, con una ausencia total de las más elementales medidas higiénico-sanitarias, que están poniendo en serio peligro su salud. Carecen de techo y se protegen con plásticos. [...] No tienen ni mantas, ni colchones, ni ropa de abrigo. Carecen de agua corriente y su alimentación se basa fundamentalmente en el reciclaje de frutas y verduras desechadas que recogen en el suelo del mercado” (Médicos Sin Fronteras, 02-02-2001); “En el mundo hay 826 millones de personas que están desnutridas, de las cuales 792 millones viven en los países en desarrollo” (Intermón-Oxfam, 10-06-2002).

²¹ “[...] Formado en su mayoría por adolescentes arrancados de sus familias que una vez adoctrinados, drogados y alcoholizados y con un arma en la mano llegan a sentirse dueños del país. Las niñas no corren mejor suerte: secuestradas y arrancadas también de sus tribus y hogares son utilizadas como esclavas sexuales al servicio de los rebeldes” (Manos Unidas, 01-02-2002).

²² “La población [...] se encuentra en una situación límite en el sur de Monrovia, en la costa” (Médicos Sin Fronteras, 11-06-2003).

²³ “[...] Cerca de 22.000 personas del distrito Caia, procedentes del valle del río Zambeze (zona totalmente inundada), se encuentran en situación de extrema necesidad y otras 30.000 –de una población de 93.000– se encuentran en situación precaria, amenazadas por otra posible subida de aguas” (Acción Contra el Hambre, 06-03-2001).

²⁴ “[...] Los habitantes huyen de sus hogares en busca de seguridad” (Médicos Sin Fronteras, 10-06-2003); “[...] El centro de Bissau acoge a un número creciente de personas que huyen de los combates de la capital” (Médicos Sin Fronteras, 04-02-1999); “[...] Las poblaciones civiles se han visto obligadas a huir, abandonando, una vez más, sus pertenencias y sus tierras” (Acción Contra el Hambre, 13-01-1999).

²⁵ “La población desplazada se cuenta por miles en los distintos campos levantados en diversas provincias” (Manos Unidas, 05-04-2000); “[...] 700.000 personas se han visto obligadas a desplazarse de las zonas más afectadas y se calcula en 3.000 las personas desaparecidas” (Médicos Sin Fronteras, 03-11-1998); “Cada día se producen más de 16.000 infecciones [...]” (varias, 04-04-2000).

Otro estereotipo en el que insisten es el de dependientes²⁶. Se incide en que no tienen iniciativa propia para promover su desarrollo y esperan la ayuda extranjera, en que son desconocedores de sus derechos²⁷, y en que tienen poca capacidad de previsión, caracterizándolos como ignorantes. En las catástrofes generadas por fenómenos naturales es más frecuente encontrar estas características.

Las ONGDs, al caracterizar a las poblaciones como dependientes pueden estar incrementando la fatiga de la compasión de la opinión pública de los países industrializados, ya que éstos pueden presuponer que su ayuda no servirá de nada hasta que la población receptora esté cualificada para ser el motor de desarrollo.

Por último, es preciso destacar que aunque no es frecuente, se han encontrado casos en los que las ONGDs destacan en sus comunicados rasgos tan peyorativos de la ciudadanía que no pueden ser, como sucedía con los rasgos anteriores, ni justificables ni comprensibles por las circunstancias que rodean la vida diaria de esa población, sino que dependen de la propia conducta y forma de ser de las personas. Algunos ejemplos de esta caracterización son las desigualdades de riqueza dentro de la propia población de las regiones pobres²⁸, los enfrentamientos entre ellos²⁹, los actos de pillaje, saqueos e histeria colectiva³⁰ o la explotación infantil³¹.

Se considera que, destacando este tipo de conductas, las ONGDs contribuyen a consolidar la imagen de una población insolidaria y egoísta, que es más patente en las informaciones que remiten, sobre todo, durante conflictos armados.

Con la difusión de esta imagen, las ONGDs están promoviendo que la opinión pública desarrolle un sentimiento culpabilizador hacia las poblaciones de los PVD. Además, fomentan que ellas mismas y su labor sean puestas en cuestión, ya que la sociedad donante puede sospechar que, quizás, parte de la ayuda canalizada a través de las ONGDs puede caer en manos de esa población egoísta e

²⁶ "Muchas de las jóvenes que llegan acaban como empleadas del hogar, casi como esclavas, muchas veces maltratadas o en condiciones infrahumanas, debido principalmente a su analfabetismo" (Manos Unidas, 02-07-2001); "Muchas niñas además desde los diez años o incluso menos asumen el encargo familiar de acudir a buscar agua al pozo más cercano, que puede encontrarse a cinco kilómetros de distancia. Si la cola de la fuente es larga, la espera puede llegar a durar cinco horas, con lo que a menudo las niñas regresan cuando ya no hay tiempo para acudir a clase" (Intermón-Oxfam, 16-11-2000).

²⁷ "[...] Los pueblos africanos desconocen sus propios derechos y los mecanismos para defenderlos" (Manos Unidas, 17-04-2002).

²⁸ "[...] Mientras que siete latinoamericanos amasan una fortuna superior a 27.000 millones de dólares, en América Latina 250 millones de personas viven bajo la línea de la pobreza y el 57% de los niños menores de cinco años es pobre" (Manos Unidas, 20-07-2001).

²⁹ "El odio ancestral entre los miembros de la minoría tutsi (menos del 15% de la población) y la mayoría hutu (cercana al 85%) está tan enraizado que los burundeses son educados en él desde la cuna" (Manos Unidas, 01-09-2002); "Al mismo tiempo, la población guineana, que tradicionalmente ha sido respetuosa con los refugiados, teme verse implicada en un conflicto que hasta hace poco se daba sólo fuera de sus fronteras, lo que ha desatado la tensión entre las dos comunidades" (Acción Contra el Hambre, 25-09-2000).

³⁰ "En algún caso, cuando un helicóptero ha logrado tomar tierra durante unos instantes, cientos de afectados han intentado asaltar el aparato intentado escapar a la angustia, el hambre y la desesperación" (Ayuda en Acción, 28-02-2000).

³¹ "Muchas familias han dejado de enviar a los niños a las escuelas y escatiman en sus gastos de salud. Cada vez más personas envían a sus hijos a la calle a ganarse su propio sustento, mediante la mendicidad o la prostitución" (Acción Contra el Hambre, 05-06-2003).

insolidaria que les han descrito. Ello puede generar la pérdida de credibilidad de las instituciones y una reducción en la canalización de las ayudas a través de ellas.

Por último, es interesante destacar que los niños y las mujeres son los segmentos de población más presentes en las notas de prensa que las ONGD remiten a los periodistas. Todos los hechos mencionados respaldan la hipótesis de que la imagen que estas instituciones difunden de la ciudadanía contribuye a consolidar los tópicos desfavorables extendidos sobre ella, incumpliendo sus propios códigos de conducta.

No obstante, aunque la imagen descrita es la más habitual en los comunicados remitidos con la urgencia que caracteriza a las catástrofes, también se han encontrado ejemplos que transmiten una imagen positiva de las poblaciones en esas situaciones. Esos comunicados hablan, principalmente, del trabajo conjunto entre los nativos y el personal expatriado de las ONGD en las acciones de emergencia.

En circunstancias de normalidad, cuando los profesionales de las ONGD no tienen la premura y la inmediatez de los acontecimientos, las características con que se define a estos habitantes presentan generalmente, una imagen favorable de ellos. Es habitual que las ONGD destaquen cómo los beneficiarios se implican en los proyectos, cómo se convierten en motores de desarrollo³². Tienden a mostrar la mejora que genera el trabajo realizado por parte de los propios beneficiarios. Sirva de ejemplo este fragmento: “pero tras la primera fase de dolor y de caos, la población trabaja ya para rehacerse de sus escombros” (Acción Contra el Hambre, 08-02-1999). En ocasiones, las ONGD, al hablar de su labor en un país determinado, mencionan el número concreto de personas expatriadas y nativos contratados que gestionan un proyecto.

Este simple dato pone de relieve que la población nativa se involucra, trabaja y coopera, codo con codo, tanto en las acciones de emergencia, como en la consecución de proyectos de desarrollo a medio y largo plazo dentro del país³³. También se les presenta con frecuencia trabajando con esfuerzo para conseguir mantener a sus familias y mejorar sus condiciones de vida, aunque para ello incluso tengan que emigrar o desempeñar trabajos poco dignos³⁴.

³² “En Menga, la población retornada son militares desmovilizados de UNITA y sus respectivas familias, que han recibido materiales para construir sus propias viviendas, y herramientas y semillas para poder afrontar el nuevo futuro con garantías. [...] Las familias obtienen materiales para construir sus propias letrinas y, mediante un acuerdo con las autoridades locales, se les cede una hectárea de terreno a cada familia” (Intermón-Oxfam, 13-05-2003).

³³ Véase otro ejemplo: “Otro equipo de MSF formado por personal liberiano continúa trabajando en el campo de refugiados donde se albergan 60.000 personas en la región de Bong. [...] Son 300 los miembros liberianos de MSF que actualmente trabajan en Monrovia, así como 11 expatriados [...]” (Médicos Sin Fronteras, 01-08-2003).

³⁴ “Algunas de ellas acaban incluso ejerciendo la prostitución para poder comer y mandar dinero a sus casas en los pueblos que dejaron, donde permanece el resto de sus hermanos o de sus propios hijos” (varias ONGD, 02-07-2001).

La redacción de notas cuyo eje temático central gira en torno a un personaje de un PVD conocido internacionalmente también contribuye a mejorar la imagen de esas poblaciones, sobre todo, si los rasgos que se destacan de dicha persona son la solidaridad, el amor a su tierra, etc. Este recurso no ha sido utilizado con mucha frecuencia en los comunicados analizados, pero es relevante destacarlo por ser una táctica muy útil para mejorar la imagen de los habitantes de esos países. Por último, también favorecen una imagen positiva cuando les presentan siendo agentes y promotores de un cambio en sus propios países, cuando son ellos los que toman las riendas de sus acciones³⁵.

Cuando las ONGD aportan este tipo de información limitan las consecuencias negativas que hemos mencionado en los párrafos anteriores. Los efectos positivos que estos contenidos pueden provocar en la opinión pública son, principalmente: un incremento de las donaciones, ya que induce a pensar que la ayuda genera cambios y contribuye al auto desarrollo de esas regiones; un aumento de la credibilidad de las ONGD, que están siendo compañeras de las poblaciones en su proceso de desarrollo; y un caldo de cultivo propicio para iniciar la promoción de los valores defendidos por la educación para el desarrollo.

En resumen, las ONGD difunden una imagen favorable de la ciudadanía de los PVD en circunstancias de normalidad, mientras que predomina una imagen desfavorable en circunstancias de catástrofe. Las consecuencias derivadas de una y otra imagen son opuestas. Mientras que las que se originan de la difusión de una imagen favorable contribuyen a la consecución de diversos objetivos de las ONGD, las que se generan de la imagen desfavorable no sólo dificultan la consecución de estos objetivos, sino que además atentan contra sus principios éticos y pueden torpedear su misión global.

El comportamiento de las ONGD descrito es distinto cuando el objeto de la información son los gobernantes de los PVD. El análisis realizado al respecto establece que los contenidos más frecuentes de los comunicados de prensa que tienen a las autoridades de los PVD como protagonistas son: su labor en circunstancias de catástrofes naturales, su intervención en conflictos, la denuncia de procesos electorales fraudulentos y el posicionamiento de las ONGD ante medidas adoptadas por las autoridades.

³⁵ “La ola de optimismo también invade a las mayores: tres de las ocho estudiantes que cursaban Ingeniería en la Universidad de Herat antes de 1995, se han matriculado ya para continuar sus estudios después de siete años de prohibición” (Intermón-Oxfam, 31-01-2002); “Echevarría también destacó como esperanzadora la capacidad de inventiva de los africanos y puso como ejemplo esas pequeñas empresas que se están empezando a generar por su cuenta sin la ayuda estatal, ni religiosa ni de otras empresas” (Manos Unidas, 17-04-2002).

En general, la imagen que las ONGD transmiten sobre las autoridades es neutra, negativa o muy negativa. En la mayoría de los textos ponen de manifiesto medidas erróneas o desacertadas³⁶, critican prácticas de corrupción³⁷, informan sobre hechos que hacen peligrar un proceso electoral democrático³⁸, denuncian el desinterés por la ciudadanía³⁹ o señalan discrepancias internas⁴⁰.

En muy pocas ocasiones la imagen que se difunde de estas autoridades es neutra o levemente positiva. En estos casos, se las presenta aportando datos sobre el número de víctimas⁴¹, tomando alguna medida excepcional provechosa para la población⁴² o, curiosamente, cuando sus acciones pueden de algún modo ser rentables o tener una repercusión para los intereses de los Gobiernos occidentales.

Podemos afirmar que los comunicados de prensa que las ONGD difunden tienden a consolidar la imagen desfavorable que la opinión pública internacional se ha creado sobre estos gobernantes. Las consecuencias de esta imagen son idénticas a las que generan los comunicados de las ONGD cuando caracterizan a las poblaciones pobres en circunstancias de catástrofe.

Como conclusión, podemos destacar la diversidad de rasgos con que las ONGD suelen caracterizar a las poblaciones de los PVD. La ausencia en sus estrategias de comunicación de líneas directrices que definan claramente qué imagen quieren dar de estas poblaciones favorece que en situaciones regidas por la inmediatez informativa, como catástrofes o guerras, las ONGD difundan una imagen que perjudica sus propios objetivos, incumple sus códigos éticos y limita la consecución de su misión.

³⁶ “El gobierno de Sudán reconoce que buena parte de sus ingresos provenientes del petróleo están siendo invertidos en la guerra” (Intermón-Oxfam, 30-01-2002); “Médicos Sin Fronteras advierte que el decreto aprobado por el gobierno de Guatemala en abril pone en serio riesgo el acceso a medicamentos para la población más vulnerable de Guatemala” (Médicos Sin Fronteras, 11-07-2003).

³⁷ “Todo ello confirma la criminalidad del gobierno norcoreano (la vida de estos niños podría salvarse fácilmente con la ayuda apropiada), la mala distribución de la ayuda humanitaria (los recursos que llegan refuerzan al régimen del RPDC pero no se reparten entre los más necesitados) y el cinismo de la comunidad internacional (desinterés absoluto por el tema). [...] Un gobierno que sacrifica a cientos de miles de norcoreanos burlando los principios elementales de la ayuda humanitaria” (Acción Contra el Hambre, 15-03-2000); “[...] un país en el que los representantes políticos estaban, o bien amedrentados por las continuas amenazas, o bien totalmente corrompidos por el sistema” (Manos Unidas, 01-05-2002).

³⁸ “Intermón-Oxfam cree que las elecciones en Guatemala se llevan a cabo con numerosas irregularidades jurídicas y políticas. [...] Efraín Ríos Montt lideró el golpe de estado del 23 de marzo de 1982 y asumió inmediatamente la jefatura del gobierno. Por este motivo, la Corte Suprema denegó la inscripción de la candidatura de Ríos Montt a la presidencia en este proceso electoral de 2003. Sin embargo, el pasado 24 de julio, en lo que ya se conoce como el jueves negro, miles de seguidores encapuchados del general toman por asalto la capital y generan una oleada de terror, especialmente dirigida hacia los medios de comunicación y a los grupos de Derechos Humanos. Seis días después, la Corte Constitucional revoca al Tribunal Supremo Electoral y acepta la candidatura de Ríos Montt” (Intermón-Oxfam, 06-11-2003).

³⁹ “Paralelamente, las autoridades angoleñas manifiestan un desinterés con respecto al cargo sanitario de su población. Las inversiones en el sistema de salud son irrisorias, y la presencia médica inexistente” (Médicos Sin Fronteras, 11-11-2000).

⁴⁰ “Según la ministra de Asuntos de la Mujer del gobierno interino, Sima Samar, con quien se reunió recientemente la delegación de Oxfam Internacional, es bastante evidente que no todos los ministros del gabinete interino comparten una opinión similar respecto a la necesidad de acelerar el desarrollo de las mujeres afganas” (Intermón-Oxfam, 31-01-2002).

⁴¹ “Las autoridades locales calculan que el número de víctimas mortales se eleva a 7.000” (Médicos Sin Fronteras, 03-11-1998); “Según el Ministerio de Defensa colombiano en lo que va del año 2002 se registra un promedio de ocho acciones terroristas por día, y en los últimos cuatro años figuran alrededor de 4.550 actos de terror” (Manos Unidas, 01-05-2002).

⁴² “Actualmente, el Gobierno está entregando terreno en las zonas altas a las familias que quedaron sin casa. De esta forma [...] se evitará una situación similar en los años posteriores” (Ayuda en Acción, 24-04-2000).

2. Imagen que reflejan los periódicos

En las noticias, la circunstancia de normalidad o de catástrofe no es un factor que condicione la difusión de una imagen favorable o desfavorable, como sucede en los comunicados de las ONGD. La imagen que se difunde de ellas es notablemente más negativa y peyorativa en las noticias en ambos casos.

Las ciudadanía de los PVD son presentadas, sobre todo, como víctimas, como dependientes o como insolidarias. Según se constatará posteriormente, este último adjetivo puede sustituirse incluso por el de “bárbaros⁴³” ya que las alusiones que los periodistas hacen a estas poblaciones adquieren un cariz más ofensivo que el de los comunicados. El grado de dramatismo de las situaciones en las que se habla de la población; las acciones que desempeñan; los adjetivos con los que se las describe; los testimonios recogidos y las declaraciones seleccionadas de los miembros de las ONGD constatan la existencia de los tres estereotipos mencionados.

Cuando las poblaciones son mostradas como víctimas, aparecen carentes de los recursos mínimos de subsistencia. Esto se produce, sobre todo, en las coberturas que los medios realizan de las catástrofes naturales⁴⁴, pero también en circunstancias de normalidad. Las situaciones muy difíciles, límite, extremas, precarias, catastróficas y dantescas⁴⁵ definen, en la mayor parte de los casos, el contexto en el que son presentadas las poblaciones, sobre todo en las coberturas realizadas durante las inundaciones de Mozambique, el terremoto de la India y la guerra de Liberia: “Carreteras destripadas, edificios reducidos a escombros, camillas ensangrentadas y supervivientes desesperados en busca de familiares” (*El Mundo*, 27-01-2001). Estas descripciones rozan, en un número de casos considerable, el mal gusto⁴⁶ y lo que algunos autores han dado en llamar “pornografía del Tercer Mundo”⁴⁷: “Cadáveres humanos y de animales, hinchados por los gases de la putrefacción y mordisqueados por los peces, flotan sobre lo que antes era un país” (*El Mundo*, 03-03-2000).

⁴³ Ruíz Jiménez, Itziar: 2003): *Las buenas intenciones. Intervención humanitaria en África*, Barcelona, Icaria, p. 152.

⁴⁴ “Porque la falta de todo: agua, comida, luz, educación, infraestructuras, consuelo, eficacia, seguridad de todo tipo y, a veces, ni el instinto de supervivencia da para la esperanza” (*El País*, 11-03-2001).

⁴⁵ “Son países que intentan vivir sobre el infierno. Están acostumbrados a lo peor, pero hoy, cuando la emergencia es el estado natural de las cosas y la vida es casi un milagro, ya no saben a cuánta gente que conocían no volverán a ver o qué comerán mañana o dónde dormirán, porque hasta los albergues de damnificados se hunden” (*El País*, 11-03-2001); “La gente, que se está viendo obligada a beber barro [...]” (*El Mundo*, 03-03-2000); “Más de 400 niños continúan atrapados bajo la trampa de acero y hormigón armado en que se convirtió su escuela” (*ABC*, 28-01-2001).

⁴⁶ “Cientos de personas permanecen aún sobre tejados y varias docenas sobreviven en las ramas de los árboles. Caen de ellos como fruta madura. Debilitados por el hambre y asfixiados por las aguas pantanosas” (*El Mundo*, 05-03-2000); véase también *El País*, 23-01-1999.

⁴⁷ “Desplazados que tienen como lecho una tierra húmeda bajo su tienda, madres que dan de comer a sus hijos sin fuerza para levantar la cuchara del plato de la comida, niños esqueléticos que se cuelgan de la báscula para conocer su escaso peso como cabritos que penden de un garfio en un matadero [...]. A pesar de la lucha diaria, a los angoleños el hambre, la guerra les está poniendo a prueba su capacidad de resistencia ante una fatalidad de la que no pueden huir como insectos atrapados en una tela de araña” (*El Mundo*, 08-03-2000); véase también *ABC*, 07-03-2000.

Al igual que sucedía en los comunicados, en escasas ocasiones la población es presentada desarrollando alguna acción. Las pocas actividades que realizan son, en su mayoría, de supervivencia (huyen, se esconden⁴⁸...); están caracterizadas por el aturdimiento⁴⁹, o son manifestaciones de su sufrimiento⁵⁰. En la mayor parte de los casos, son sujetos pacientes de las circunstancias que les vienen dadas, rasgo que aumenta la percepción de que son seres completamente dependientes.

Los adjetivos empleados para definir a las poblaciones también contribuyen a configurar esta imagen. Los calificativos son, en la mayoría de los casos, desfavorables y bastante similares a los que se han destacado tras analizar los comunicados enviados en catástrofes: hambrientos, muertos, heridos, desaparecidos, damnificados, enfermos, etcétera, aparecen constantemente en la mayor parte de las noticias analizadas⁵¹.

La diferencia que se aprecia es que, en muchos casos, los calificativos en las noticias son más impactantes que los utilizados por las ONGD. No se habla sólo de muertos, sino que se emplea en la mayor parte de los casos el término “cadáveres”⁵². No se dice que conviven muchas personas en poco espacio, sino que están “hacinadas”⁵³. No se afirma que la población esté retenida, se habla de “rehenes”⁵⁴. Las cifras no son elevadas, sino “escalofrantes”⁵⁵. Los inmigrantes no llegan en grupos numerosos, sino en “avalanchas”⁵⁶, no están muy cansados, sino “exhaustos”⁵⁷, etc.

Las cifras, que también se mencionaban en ocasiones en las notas de prensa, suelen acompañar frecuentemente a los adjetivos que califican a estas poblaciones. Casi es posible afirmar que es rara la noticia en la que se menciona a esta ciudadanía sin aportar un número de cuántos padecen qué⁵⁸.

⁴⁸ “Los afganos que han huido de las bombas se ven obligados a guarnecerse en cuevas y grutas porque Pakistán no los acepta” (*El Mundo*, 18-11-2001); “[...] en las montañas donde permanecen escondidas miles de personas” (*El Mundo*, 21-09-1999).

⁴⁹ “Mientras se prolonga la agonía de miles de personas enterradas vivas, los supervivientes vagan por las carreteras de la zona buscando ayuda médica” (*El País*, 28-01-2001).

⁵⁰ “En Caála, ciudad que acoge a 6.000 desplazados, mayoritariamente llegados desde el pasado mes de noviembre, lloros, gritos y desesperación se fusionan con el aire para difundir la noticia de un nuevo fallecimiento por el hambre” (*El Mundo*, 08-03-2000).

⁵¹ “Al menos 27 personas murieron y 120 resultaron heridas en un nuevo terremoto que sacudió ayer el norte de Afganistán” (*El País*, 13-03-2002); “Según cifras oficiales, además de los muertos y desaparecidos, uno de los casi seis millones de hondureños se ha quedado sin hogar y en algunas zonas los albergues para damnificados son insuficientes” (*El Mundo*, 05-11-1998); “La mitad de los 34 millones de habitantes de Tanzania padece malaria, una dolencia letal que lastra el desarrollo del país africano” (*El País*, 30-06-2003)

⁵² “En Mozambique comienzan a aflorar los cadáveres a medida que bajan las aguas” (*ABC*, 08-03-2000).

⁵³ “La falta de agua potable y el hacinamiento en el que viven decenas de miles de personas [...]” (*El País*, 01-03-2000).

⁵⁴ “Un millón de personas, la población entera de Monrovia, capital de Liberia, son rehenes de guerra” (*El Mundo*, 11-06-2003).

⁵⁵ “Las tasas de mortalidad materna –un indicador básico del nivel de salud– [...] son escalofrantes en países del África Subsahariana y el Sudeste asiático” (*El País*, 08-04-2002).

⁵⁶ “Detenidos 452 inmigrantes en la mayor avalancha registrada en sólo un día” (*ABC*, 04-11-2000).

⁵⁷ “La mujer estaba exhausta debido a su largo viaje, iniciado hace tres meses” (*El País*, 04-10-2000).

⁵⁸ “Ayer los muertos en este país eran más de 2.100” (*El Mundo*, 05-11-1998); “Decenas de miles de mozambiqueños morirán si no llega a tiempo la ayuda internacional” (*El País*, 01-03-2000). Véase también *El País*, 13-03-2002; *El Mundo*, 27-03-2002; *El País*, 27-07-2003, etc.

Los testimonios de la población de estas regiones seleccionados por los periodistas suelen describir la situación⁵⁹ o bien narrar su estado de ánimo⁶⁰, siendo utilizados para incrementar la emotividad y el efectismo de las noticias. En ambos casos, las declaraciones se caracterizan por su dureza⁶¹, por estar cargadas de desolación⁶², de angustia⁶³, de dolor, etc. Presentan a una población desesperada.

Los testimonios que los periodistas recogen de los miembros de las ONGD suelen describir las situaciones que han presenciado⁶⁴. También tienden a caracterizar a la población nativa con adjetivos que ponen de manifiesto su carencia de lo más básico, su dependencia de la ayuda externa, haciendo, a renglón seguido, una llamada a las donaciones internacionales⁶⁵. Los medios son muy proclives a solicitar en sus noticias ayuda económica para estas instituciones.

Al igual que sucedía en los comunicados, las mujeres y los niños son los segmentos de la población más habituales en las noticias en las que el estereotipo predominante es el de víctimas⁶⁶. Su presencia suele aumentar cuando la cobertura se publica en circunstancias de catástrofe.

La imagen de víctimas que se deriva de las características recogidas hasta el momento puede promover una idea paternalista de la ayuda entre la opinión pública de los países desarrollados, así como reducción de responsabilidades e insensibilización ante las penurias descritas; consecuencias similares a las originadas por los comunicados que difundían una imagen desfavorable de estas poblaciones. Además, la imagen descrita respalda a quienes defienden que las coberturas realizadas sobre estos países son sesgadas, inciden en los aspectos más negativos y el estilo imperante que las caracteriza es el dramatismo.

⁵⁹ «Desde que sentimos temblar la tierra corrimos hacia la escalera para salir. El edificio se derrumbó cuando acabábamos de poner el pie en la calle», cuenta un hombre con una niña en brazos” (*El Mundo*, 27-01-2001).

⁶⁰ “Una mujer lo resume: «Es desesperanzador creer que las cosas mejorarán cuando los seres humanos se mueren de hambre a tu alrededor»” (*El Mundo*, 08-03-2000); “Luz Elena, una mujer demacrada, confiesa: «Sigo traumatizada; el mundo se me va»” (*El País*, 02-02-1999).

⁶¹ “«Todos los alumnos de la escuela y sus maestros están enterrados bajo los escombros de la escuela», dijo Afjha, inspector general de la policía de Bhuj” (*El País*, 28-01-2001).

⁶² “«Es desolador», confiesa un piloto de un helicóptero sudanés que acaba de aterrizar en el aeropuerto de la capital. «Recogemos a varias personas, las que caben en el aparato, y, al regresar el resto ya no está»” (*El Mundo*, 03-03-2000).

⁶³ “[...] Los supervivientes cuentan aterradoras historias de gente que se ha rendido tras cinco días subida a la copa de un árbol, y ha muerto ahogada. La situación ha llegado a extremos escalofriantes. Una mujer relató a un corresponsal de Reuters que había pagado 4.500 dólares a una compañía aérea privada por rescatarla a ella, a su hijo de seis años y a un amigo. Los demás se quedaron allí para morir” (*El Mundo*, 02-03-2000).

⁶⁴ “«La perspectiva de la gente hambrienta saliendo a las carreteras, donde hay restos de explosivos, para conseguir comida es inadmisibile», declaró a Reuters un cooperante” (*Cinco Días*, 10-10-2001).

⁶⁵ “Afganistán vive en la catástrofe. Más de cinco millones de personas han tenido que abandonar el país, otro millón está desplazado en el interior y casi ocho dependen de la comida que procede de fuera” (*El Mundo*, 18-12-2001).

⁶⁶ “[...] Cada año mueren 585.000 mujeres por complicaciones en el embarazo o en el parto” (*El Mundo*, 23-09-1999; “[...] Conflictos en los cuales el 90% de las víctimas son civiles, sobre todo mujeres, niños y niñas. Unos 300.000 menores son reclutados a la fuerza y obligados a combatir, despojados de sus derechos de infancia” (*El País*, 03-05-2001). Véase también *El Mundo*, 16-04-2000, o *El Mundo*, 14-04-2000.

Cuando las poblaciones son estereotipadas por los periodistas como ignorantes se suelen destacar costumbres incomprensibles desde la mentalidad de los países industrializados⁶⁷, creencias descabelladas⁶⁸, rituales peligrosos que se siguen practicando a pesar de los riesgos constatados de salubridad que conllevan, etc. Se han encontrado ejemplos, sobre todo, en noticias donde la población protagonista es africana o asiática. La difusión de estas imágenes por parte de los medios puede provocar, al igual que sucedía con los comunicados que se hacían eco de este estereotipo, la “fatiga de la ayuda”, pero además promueve un sentimiento culpabilizador hacia las poblaciones, ya que la ignorancia descrita suele atentar contra los intereses de sus conciudadanos más indefensos, a los que en ocasiones se pone en peligro mortal.

Dos de los riesgos denunciados por algunos autores, “descontextualización” y “ausencia de porqués”, se cumplen en este tipo de imagen. Sus efectos incrementan la incomprensión de quiénes son y de cómo actúan estas poblaciones, fomentando las consecuencias descritas en párrafos anteriores.

Cuando las poblaciones son caracterizadas de tal forma que se deduce una imagen de “barbarie”, se las presenta sobre todo en situaciones de enfrentamiento interno⁶⁹. Sus conductas suelen ser desaprensivas⁷⁰, egoístas⁷¹, brutales⁷², e incluso inhumanas o salvajes⁷³. Las acciones que desarrollan son actos violentos y crueles, robos a sus propios vecinos⁷⁴, a las ONGD⁷⁵, etc. Todos los ejemplos que respaldan estas afirmaciones localizados durante el análisis se encuentran en noticias sobre poblaciones africanas. Algunos de los testimonios de la propia población también contribuyen a consolidar esa imagen de sus conciudadanos como personas inhumanas, bárbaras, etc. Cuando los medios describen a las poblaciones de los PVD bajo este estereotipo fomentan un sentimiento culpabilizador hacia la ciudadanía de las regiones más pobres. Además, la credibilidad de las ONGD puede deteriorarse si transcende que han colaborado directa o indirectamente, sin

⁶⁷ Cfr. “El Código de los pastunes”, *El País*, 18-11-2001.

⁶⁸ “El reportero se topa con una española en este enjambre de chabolas. En este siniestro lugar, los niños son violados porque los hechiceros dicen que la virginidad cura el sida” (*El Mundo*, 31-03-2002).

⁶⁹ “7.000 desplazados por conflictos étnicos entre tribus de agricultores y ganaderos malviven junto al cuartel de la ONU” (*El País*, 15-06-2003).

⁷⁰ “Los niños que habían sido entregados a la policía marroquí, fueron dejados a su suerte en la calle. Karin fue visto esa misma noche llorando, empapado y entumecido de frío bajo la lluvia torrencial aferrándose a la vaya fronteriza. [...] En algunos casos no se logra averiguar el paradero de sus familias o éstas no pueden o no quieren hacerse cargo de lo menores” (*El País*, 18-04-2002).

⁷¹ “«No tenemos mucha información», reconoce un miembro de la policía local elegantemente uniformado, «éste es un país muy grande, con gente muy diferente. Bastante tenemos cada uno con lo nuestro»” (*El Mundo*, 03-03-2000).

⁷² “Peotunia tiene 16 años. La violaron en septiembre de 2001. «Un vecino que todavía sigue por aquí. Ahora ha violado a otra chica», aclara” (*El Mundo*, 31-03-2002).

⁷³ “A ella le dieron un machetazo en la vagina” (*El País*, 23-01-1999).

⁷⁴ “Dos chicos se jugaron la vida para salvar a sus bueyes y al día siguiente les mataron por robar los animales” (*El Mundo*, 03-03-2000).

⁷⁵ “El hospital de Al Kindi de Bagdad fue completamente saqueado ayer por hombres armados que se llevaron las ambulancias y el material esencial” (*El País*, 11-04-2003); “Ayer varios hospitales fueron saqueados de nuevo” (*El País*, 12-04-2003).

saberlo, con los “bárbaros”, como sucedió en Ruanda⁷⁶. Por último, este tipo de descripciones disminuye las donaciones aportadas por la sociedad de los países desarrollados.

La caracterización de parte de la población de los PVD con los rasgos apuntados también puede deberse al “efecto de estandarización Disney” y a la estereotipación de las coberturas sobre estas regiones⁷⁷. Los “bárbaros” cumplirían el papel de antagonista a la perfección y jugarían un rol esencial en la trama de la narración como “villanos⁷⁸” que desencadenan el problema que debe ser resuelto. Además, la descripción superficial de los sucesos, la falta de justificación o contexto y el dramatismo de los actos también incrementan la imagen desfavorable de los agentes que perpetran los hechos descritos. Como puede comprobarse, casi todos los riesgos que la presencia mediática puede conllevar⁷⁹ se cumplen en las noticias donde se menciona a la ciudadanía de los PVD.

Es preciso destacar que la representación favorable de la población en los medios informativos es considerablemente menor a la que se transmite en los comunicados. A pesar de ello, en ocasiones aisladas, los periodistas aportan información que posibilita la configuración de una imagen más favorable de esta población⁸⁰. Las mujeres suelen ser las protagonistas principales en estos casos de connotación favorable⁸¹. En algunas ocasiones, los medios de comunicación destacan testimonios, sobre todo, de miembros expatriados de las ONGD⁸² o de misioneros en los que se pone de manifiesto algunas de las fortalezas y virtudes de la población de los PVD. Estas citas respaldan el interés que tienen las ONGD por aportar una imagen positiva de sus beneficiarios. Además, aunque esto sucede en pocos casos, muestra cómo sus comentarios favorables pueden ser difundidos textualmente a través de los medios.

Otras veces, el propio periodista cuenta cómo la ciudadanía de esos países colabora, sobre todo, en los trabajos de emergencia⁸³: En otros casos, el profesional de los medios de comunicación destaca la formación que tienen, sobre todo, los inmigrantes que llegan a nuestro país⁸⁴. Esta información

⁷⁶ Fisas, Vicens (1995): *La compasión no basta*, Barcelona, Icaria.

⁷⁷ González, Luis, Hildegart, (2006): Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo. Departamentos, funciones e imparto en los medios, Madrid, Cideal, pp. 123-127.

⁷⁸ Moeller, Susan D., (1999): *compassion fatigue: how the media sell the disease, famine, war and death*, New York, Routledge, p. 13.

⁷⁹ González, Luis, Hildegart, (2006): Estrategias de comunicación ...

⁸⁰ “Sebastiana tiene los hijos ya grandes. No van a la escuela. Sin embargo, su pequeña casa de adobe (con tres habitaciones de unos diez metros cuadrados cada una) se llena cada día con 30 niños. Sebastiana y su marido han cedido un cuarto y la cocina para que los pequeños de la aldea puedan recibir al menos una educación básica” (*El País*, 15-04-2002).

⁸¹ “«Salí de mi país hace mucho tiempo porque allí no se mueve el dinero, no hay futuro para los jóvenes y sólo el Gobierno cuenta con numerosos privilegios», manifestó una mujer nigeriana” (*El País*, 04-10-2000).

⁸² “[...] Imperiosa necesidad de mostrar que el pueblo afgano está dispuesto a trabajar duro para sacar su arrastrado país adelante” (*El Mundo*, 18-12-2001).

⁸³ “Las familias han tenido que trabajar en la construcción de las casas, para lo que algunos de sus miembros recibieron formación” (*El Mundo*, 24-09-2000).

⁸⁴ “Pero poco importa todo esto a Sergio Kana, un licenciado en Literatura camerunés, que lleva varios meses en los montes cercanos a Ceuta intentando colarse en la puerta del Sur de Europa. A sus 34 años decidió buscar otro futuro y varias noches a la semana se

matiza, en buena medida, la amalgama de adjetivos peyorativos con los que los periodistas califican a veces a los inmigrantes: “ilegales”, “avalancha”, “sin papeles”, etc. Son escasas, aunque no inexistentes, las declaraciones realizadas por la propia población nativa y recogidas por los periodistas en las que, con sus propias palabras, ponen de manifiesto una imagen favorable de sí misma⁸⁵. También, en alguna ocasión, reflejan los medios de comunicación las coaliciones, los apoyos mutuos que se prestan los países pobres y sus poblaciones para que sus demandas obtengan una mayor repercusión en el ámbito internacional⁸⁶.

Esta imagen positiva de la población matizaría las consecuencias negativas que la cobertura de la prensa tiene para las ONGD y para la ciudadanía de los PVD. También sirve para argumentar que, aunque los riesgos que implica la presencia de las ONGD en los medios son reales, no siempre repercuten en las informaciones donde se menciona a los beneficiarios de la ayuda.

A pesar de ello, hay que reconocer que los casos donde la imagen es positiva son más esporádicos, casi excepciones dentro del conjunto de las noticias publicadas sobre la ciudadanía de los PVD. Lo más frecuente, como ya se ha dicho, es que los riesgos se materialicen en noticias que generan una imagen desfavorable. Nuestro análisis parece sugerir que los hechos más anecdóticos y espectaculares que acontecen en los PVD tienen la garantía de ser noticia, y que los medios de comunicación suelen presentar el lado más humano y tierno de esas sociedades o el más brutal y tremendo.

En lo que respecta a la imagen que los medios de comunicación difunden sobre las autoridades de los PVD, el primer dato destacable es que, al contrario de lo que sucede con la ciudadanía, en circunstancias de catástrofe natural la imagen que los medios tienden a difundir de ellas suele ser favorable. En este tipo de noticias se les presenta casi siempre mostrando control y autoridad, marcando las acciones prioritarias para que el país recupere su normalidad o denunciando la escasez de ayuda internacional. Los periodistas también suelen mostrar una imagen favorable de los gobernantes de los países afectados cuando, en dichas situaciones, los presentan dirigiendo o coordinando las acciones de cooperación. La última acción frecuente que suelen destacar de ellos es su demanda de donaciones a la ciudadanía internacional⁸⁷. Las demandas de las autoridades en las noticias no suelen caer ni en el dramatismo, ni en el sentimentalismo propio de las citas textuales destacadas del conjunto de los ciudadanos.

acerca al perímetro de la alambrada de espino que marca la frontera con España” (*ABC*, 23-06-2003). Véase también *El País*, 07-06-2000.

⁸⁵ “Podemos vivir todos juntos en un Kosovo donde se respete la soberanía yugoslava y los derechos de la minoría serbia. Conozco a muchos albaneses que desean convivir con los serbios, pero están en manos de fanáticos fundamentalistas” (*El Mundo*, 25-09-2000).

⁸⁶ “Los países pobres suman apoyos frente a los ricos para acceder a medicinas más baratas” (*El País*, 12-11-2001); véase también *El Mundo*, 03-02-2002.

⁸⁷ Cfr. *El Mundo*, 05-11-1998; *El País*, 23-01-1999, etc.

La petición continua de ayuda, algunas sospechas de corrupción y, en menor medida, el obstruccionismo de algunos Gobiernos son las características más negativas de la información que los periodistas suelen difundir sobre las autoridades de estos países en emergencias generadas por catástrofes naturales⁸⁸.

Por el contrario, cuando las noticias tratan sobre guerras, la imagen de las autoridades tiende a ser desfavorable. Las informaciones resaltan sus rasgos violentos o su escasa preparación para ejercer los cargos que ostentan; las presentan enfrentadas entre sí o dominadas por decisiones viscerales⁸⁹

La imagen de las autoridades también suele ser desfavorable en la mayoría de las noticias que informan sobre procesos electorales en los PVD. Se resalta las circunstancias de inestabilidad política, se apunta la sospecha del fraude, se menciona la presión del ejército, etc. Además, los periodistas tienden a acentuar los rasgos más negativos del candidato más polémico, y apenas mencionan las cualidades del resto⁹⁰. Es decir, cometen el riesgo de realizar coberturas sesgadas, que resaltan lo anecdótico de la información.

Otra temática por la que los Gobiernos de las regiones menos industrializadas suelen concentrar el protagonismo noticioso es la adopción de alguna medida inusual, por lo general negativa⁹¹. Si la medida aprobada es positiva, ésta suele tener repercusión mediática sólo si afecta de algún modo a los países desarrollados. Un ejemplo muy clarificador de tal situación son las noticias referentes al litigio que mantuvieron el Gobierno surafricano y las compañías farmacéuticas durante los primeros meses de 2001. Aunque en la mayor parte de los textos los periodistas destacan la justicia de la medida adoptada por las autoridades⁹², esto no impide la inserción en la noticia de algún tipo de comentario peyorativo hacia los mandatarios.

⁸⁸ "Las autoridades paquistaníes también están torpedeando el trabajo de las organizaciones humanitarias en los campos de refugiados de la frontera de Pakistán con Afganistán" (*Cinco Días*, 10-10-2001); "El presidente Joaquín Chissano señaló ayer que se necesita mucha más [...]: «los recursos llegan muy despacio y en cantidades insuficientes»" (*El Mundo*, 02-03-2000).

⁸⁹ "Ismail Jan, tayiko. Es el hombre fuerte de la Alianza del Norte en el oeste del país. En la guerra contra los soviéticos fue un importante líder muyaidin. Gobernador de Herat con Najibulá. Encarcelado por los talibanes, se escapó en 2000. El año pasado se reenganchó a la Alianza. [...] General Abdul Rashid Dostum, uzbeko. General durante el gobierno procomunista de Najibulá. Exiliado en Turquía desde 1998, volvió en abril a Afganistán, donde comenzó a reclutar soldados [...]" (*El País*, 14-11-2001); "En el teléfono del Ministerio de Asuntos exteriores en Kabul, nadie era capaz de hablar en inglés" (*El País*, 14-11-2001); "No todos los ministros comparten el entusiasmo del jefe del gobierno interino" (*El País*, 21-04-2002); "Julius Spencer, ministro de Información del Gobierno de Sierra Leona: «La única solución es la militar, acabar con ellos»" (*El País*, 23-01-1999).

⁹⁰ "[...] elecciones en Zimbabwe, donde la corrupción y el despotismo de Mugabe están poniendo en peligro la vida y la hacienda de granjeros blancos" (*ABC*, 28-03-2002).

⁹¹ "[...] el Gobierno organizó una campaña de represión social que afectó a miles y miles de ciudadanos que trataban de obtener ingresos indispensables para la supervivencia [...] en un país en el que el salario promedio mensual, según cifras oficiales, es de apenas diez dólares al mes. En la segunda mitad de marzo, el Gobierno desató la más intensa ola de represión política de las dos últimas décadas, que tuvo como resultado visible la detención de un centenar de pacíficos disidentes" (*El País*, 30-07-2003).

⁹² Cfr. *El Mundo*, 06-03-2001; *El País*, 06-03-2001; *El País*, 24-03-2001; *El País*, 28-02-2001...

Por último, suelen ser frecuentes los adjetivos y las descripciones peyorativas que califican a los políticos como incompetentes, ineficaces, corruptos, ignorantes, etcétera, de modo que la opinión pública se forma una imagen desfavorable de ellos.

3. La influencia de las ONGD en los medios en la configuración de la imagen de los PVD

a) Coincidencias

En primer lugar, en circunstancias de catástrofe se suele presentar a los habitantes de los PVD de acuerdo con tres estereotipos: el de víctimas, el de dependientes y el de seres egoístas o insolidarios. Además, ONGD y periodistas tienden a mostrarlos, en la mayoría de los textos, como sujetos pacientes de las acciones. Lo que les sucede les viene marcado por unas circunstancias ante las que apenas tienen capacidad de maniobra. Simplemente, las sufren.

Tanto en las notas de prensa como en las noticias, los adjetivos que se emplea para definir a estas poblaciones contribuyen a poner de manifiesto su vulnerabilidad, la difícil situación en que se desenvuelven, etc. Los niños y las mujeres son los segmentos sociales más presentes en los dos tipos de textos analizados.

Otra de las coincidencias detectadas es que la mujer de los PVD tiene una imagen más favorable, tanto en los comunicados que remiten las ONGD como en las noticias que publican los medios de comunicación.

En lo que respecta a la representación de las autoridades de los países pobres, coinciden las temáticas en las que son protagonistas de la información. Tanto en las noticias como en los comunicados, se les suele presentar en situaciones de catástrofe y guerra, en procesos electorales y cuando adoptan alguna medida política con cierta repercusión pública.

b) Diferencias

A pesar de que los estereotipos más frecuentes coinciden en los comunicados de prensa y en las noticias, los rasgos que caracterizan a estos estereotipos se exageran de forma muy notable en los textos publicados por los medios de comunicación. Además, en las notas de prensa los tres estereotipos sólo suelen estar presentes en circunstancias de catástrofe. Por el contrario, son frecuentes en toda la cobertura realizada por los medios, con independencia de la circunstancia en que se realice. Las historias narradas son mucho más dramáticas y los adjetivos utilizados tienen una connotación más peyorativa en las noticias que en los comunicados.

A pesar de que los testimonios de los habitantes de los PVD son muy superiores en número en las noticias publicadas por los medios, la imagen que de ellos se desprende es, sin ninguna duda, mucho más desfavorable en las noticias que en los comunicados emitidos por las ONGD.

Por último, en lo referente a la representación de las autoridades de los países en vías de desarrollo, la imagen que difunden los medios es con frecuencia más favorable que la que manifiestan las ONGD en sus notas de prensa.

c) Influencia

Las coincidencias señaladas respaldan la hipótesis de que las ONGD influyen mediante sus comunicados en las noticias, contribuyendo a configurar una imagen determinada de las poblaciones y Gobiernos de los PVD. Con la información que proporcionan sobre los habitantes de estas regiones, favorecen, sobre todo, en épocas de catástrofe, el asentamiento entre la opinión pública de los estereotipos mencionados.

Además, los calificativos desfavorables que emplean en dichas circunstancias suelen ser retomados por los medios, quienes incrementan con frecuencia el grado de rotundidad de los mismos, difundiendo una imagen más dramática de esas poblaciones.

Por el contrario, en ocasiones las notas de prensa promueven la difusión de una imagen favorable de estas poblaciones, por ejemplo cuando caracterizan de forma positiva a las mujeres de las regiones pobres. Como ya se ha dicho, estos contenidos son retomados en muchas noticias por los periodistas. Se puede afirmar que se produce, por tanto, una doble influencia de las ONGD en la imagen que difunden los medios sobre los PVD. La primera, principalmente en circunstancias de catástrofe, no contribuye a mejorar la idea que la opinión pública tiene de esta ciudadanía, sino que fomenta una imagen negativa. Con la segunda influencia (por ejemplo, cuando hablan de la mujer en estos países) la mediación consigue incidir en los medios y mejorar la imagen que dan de estos habitantes. Sin embargo, las diferencias entre las representaciones de las ONGD y las de los periodistas ponen de manifiesto que el grado de influencia es limitado.

La disparidad más notable es que las ONGD, en circunstancias de normalidad, difunden una imagen más favorable de la ciudadanía que la que reflejan los periodistas en sus noticias. Creemos que esta limitación y las diferencias mencionadas son los puntos clave sobre los que deben seguir incidiendo las ONGD si quieren mejorar la imagen de los habitantes de los PVD. Además, si éste es uno de sus objetivos, deberían reducir la presencia de los estereotipos mencionados en sus comunicados y aportar a los medios una mayor cantidad de contenidos que narren aspectos positivos de esas

poblaciones. Si los periodistas, como hemos constatado, tienden a informar con mayor dureza acerca de esas poblaciones en función de los riesgos propios de su dinámica de trabajo, las ONGD podrían tratar de compensar esa tendencia con información que resalte las cualidades favorables de sus propios beneficiarios. Sin lugar a dudas, la inclusión en sus estrategias de comunicación de un apartado en el que se aclare explícitamente qué imagen quieren difundir de los habitantes de los PVD; el diseño de tácticas para materializar ese objetivo a través de los comunicados de prensa, y el establecimiento de sistemas que permitan evaluar las medidas adoptadas serían tres elementos muy positivos. De ese modo se podría reducir los efectos negativos de la información proporcionada en los comunicados, sobre todo en épocas de catástrofes.

Debate

El objetivo de las empresas que hacen un periódico es hacer este periódico, por lo tanto no es comunicar, ni decir la verdad, sino que le compren un producto. Simplemente ese producto no se lo compran si está demasiado tergiversado, tenemos ejemplos como el periódico Avui de tendencia catalanista, se definió como representante de un partido, y su venta fue bajando. Es lo que pasa con los periódicos de partido, la gente al final lo que quiere es conocer algo de la realidad. Pero al final siempre es lo mismo, el objetivo de las empresas que hacen el periódico es venderlo.

Desde mi punto de vista, cuando en la ponencia anterior hablabais de controles, yo creo que un tipo de control es la audiencia, es decir si tú como medio de comunicación estás tendiendo a mostrar una idea x, al final la gente no es tonta y dejará de comprar ese periódico, dejará de ver ese telediario o de escuchar ese informativo radiofónico. Es uno de los medios de control que a mi no me parece desacertado, yo creo que cuando un periódico miente, efectivamente al final les dejaran de comprar. El objetivo básico de los medios de comunicación es vender, pero sí que es cierto que los medios no son tontos y saben que hay un sector de población inmigrante que está llegando a este país y que quiere saber de cosas que le interesen y en parte quiere saber qué sucede en sus países, dependiendo de la imagen que den de sus países venderán más o menos. Me explico, sí que hay una fuente de mercado allí que los medios van a saber rescatar. Sí que tienen que vender, pero también tienen que informar porque no es un producto que se compre para tener de decoración, la gente compra el periódico para saber, si al final el contenido de ese periódico no informa el producto no se venderá. Tienen que vender pero deben vender información, de ahí que si dan mala información al final no se va a vender ese producto.

¿Hasta qué punto el hecho de que no oigamos nunca la voz de lo que tú llamabas sujeto pasivo, no contribuye a reforzar los estereotipos? tú decías que el motor de cambio no serían los medios de comunicación, deberían ser entonces las ONGDs las que dieran más voz de quien es protagonista y pasa la misma ONGD a ser sujeto pasivo. El medio de comunicación sólo refleja lo que le llega, que es muy poco y nunca con la voz de la persona que es protagonista.

Te agradezco la pregunta porque en la investigación sí que vimos que realmente los testimonios directos de los países en vías de desarrollo son recogidos en las notas de prensa de forma muy inferior a lo que luego los medios reproducen, muchas veces los medios intentan recoger esa voz de los beneficiarios, ¿cuál es el problema? Que en catástrofes y desde las propias ONGDs, esos

testimonios sólo sirven para ahondar en esos estereotipos, mostrar el drama, el testimonio directo de la persona que llora. En muchos telediarios es habitual el ver que el periodista resume y como complemento pone la alcachofa al de al lado que está llorando y que corrobora, efectivamente está todo muy mal. Muy pocas veces las Ongds han hecho uso de expertos de esos países para difundir a través de sus comunicados de prensa información que dan esos propios expertos para ir cambiando esa imagen, sí que hay casos y siempre se dan en situaciones de normalidad, y no muy abundantes.

Otra de las estrategias que a mí me parece interesante es que no solamente expertos en temas que las ONGDs pueden tratar, sino el dar luz y cabida a cosas que se hacen desde esos países por parte de gente que es conocida internacionalmente, que el testimonio de un deportista de un país se recoja, se difunda en una nota de prensa y que pueda tener calado en los medios de comunicación va a mejorar mucho la imagen de toda la gente que pertenece a ese país. Eso no es habitual, sí que hay ONGDs que lo han hecho de forma muy puntual, yo creo que lo que las ONGDs tenemos que hacer es ver realmente qué imagen queremos difundir y ver cuáles serían las tácticas o las formas de materializar eso y difundirlo a los medios. Un medio de comunicación no tiene tiempo en el día a día para llevar a cabo esos comentarios, las ONGDs estamos sobre el terreno, trabajamos con ello y es mucho más fácil para nosotros obtener esos testimonios y el ser un poco el nexo y el fluido.

Creo que dentro de las líneas estratégicas debería existir una parcela, un epígrafe donde se dijera muy claramente qué imagen quieren difundir y cómo lo quieren hacer. En los planes estratégicos de comunicación en los que yo he trabajado, en las ocho ONGDs más importantes no estaba recogido en el 2004 todo esto que estamos diciendo. Espero que con la reflexión que el libro propone y a partir de las conversaciones que he mantenido con directores de gabinete sí que se retome ya que sí que refleja las inquietudes, pero es cierto que en la inmediatez del tsunami nadie se para a pensar si el testimonio que estoy transcribiendo afecta o no afecta, eso o está establecido desde antes o en la urgencia del día a día es muy difícil que lo puedan aplicar.

Soy Jorge Martínez, vengo de Méjico, el lema de la jornada que nos convoca es por una comunicación de ida y vuelta, al escuchar su presentación parecía que hay mucha más preocupación tanto en las ONGs como en los propios medios por ocuparse de la divulgación de la imagen de aquellos países que aquí están llamando de origen. Es decir, mucho más trabajar, cuidar, ocuparse de cómo se transmite hacia el público europeo digamos, hasta qué punto este público va a comprender o no lo que se está transmitiendo, pero creo que también pareciera desprenderse de la investigación que valdría la pena ocuparse mucho más de un trabajo que permitiera conocer a los pueblos de los que se está hablando, de manera que se

podiera tener este ideal no sólo de información, sino de comunicación, en donde alternativamente unos hablan y otros escuchan, pero se pueden escuchar mutuamente, establecer un diálogo propiamente. ¿No valdría la pena pensar en una línea que estimulara el trabajo? ¿Unas estrategias de comunicación en las ONGs que apuntaran sobre este punto específico, un mayor conocimiento sobre aquellos pueblos de los que se está hablando?

Comparto totalmente lo que está diciendo, yo creo que durante los seis años que llevo dedicada a la investigación de la comunicación de las ONGs ha habido una gran evolución. Yo empecé abriendo un poco la línea al tema de que las ONGs no debemos dedicarnos tanto a sólo hacer en aquellos países, sino sobre todo nuestro campo de trabajo está aquí en el primer mundo, que es donde realmente la comunicación tiene mucho sentido y ahora cada vez más la vía de trabajo que se está abriendo es que realmente la población de la que yo ONGD hablo en mi información no está allí, está ya aquí. Hay que establecer ese nexo de unión porque muchas veces es fácil el poder difundir una imagen de algo que no conoces, cuando ya lo conoces tienes dos opciones o incrementas eso que ya tenías conocido o cambias radicalmente, con lo cual las ONGDs tienen que trabajar desde aquí, por supuesto en crear nexos de conexión para que se conozcan más esas culturas, pero es que ya tenemos la oportunidad de hacerlo desde aquí. Ahora ya no es necesario que si sucede algo en Méjico haya que contactar con alguien en Méjico, tenemos aquí muchos mejicanos, hay que dar a conocer la cultura, hay que entender qué es lo que tiene de peculiar cada una de ellas. Veo muy difícil que los medios de comunicación incorporen esto en el día a día de las noticias actuales, lo veo más fácil en ciertos formatos como pueden ser entrevistas en profundidad, reportajes, incluso hay medios que están empezando a abrir secciones para tratar temas sociales, esto tiene el riesgo de crear guetos de información, pero sí que puede dar cabida a que haya un flujo de comunicación entre distintas culturas, distintas tendencias y creencias. Creo que las ONGs deben ir por esa línea, lo que le quiero preguntar a usted es ¿cómo ve usted que se podría abrir eso? ¿Dentro de qué lo enmarcaría en una ONG?

(Jorge Martínez) Yo creo que en esto de lo que estamos hablando no hay recetas, pensar en construir una actitud, una voluntad, es el primer paso. Abrir la mente al interés de quienes son los pueblos de emigrantes, que no solamente se atiende qué es un inmigrante cuando ocurre una situación de emergencia o de catástrofe, sino como usted misma también lo planteaba, ocuparse de la vida cotidiana, de las capacidades, de los logros que existen en todos estos pueblos. Si lográramos producir un estado de interés, de curiosidad en el ciudadano europeo, yo creo que habríamos avanzado un poco.

(Hildegart González) Yo sí que lo veo así y creo que a veces no es tanto crear el nexo en lo diferente sino más bien en lo igual. Creo que es necesario que se transmita que hay más en común de lo que nos parece y que las diferencias son enriquecedoras. A veces en las noticias, cuando el periodista busca lo distinto llega a distorsionarlo y es casi mejor que no lo hubiera tocado, ese es el riesgo también, hay que darlo a conocer pero haciendo mucho hincapié en aquello que tenemos en común y también en aquello que tenemos en distinto, pero lo que tenemos de distinto verlo dentro de una normalidad.

A raíz de estas dos últimas cuestiones me viene a la cabeza un tema controvertido y es el tema de que el ciudadano de a pie piensa de una manera diferente a la nuestra. Por ejemplo, nosotros, los que estamos aquí, formamos parte de una misma tónica, estamos en contacto con los países en desarrollo y con la gente que viene de otros países, pero se están creando una serie de tópicos negativos que son difícilmente combatibles. En la actualidad te encuentras con que la gente que estaba tradicionalmente a favor de la inmigración, de la multiculturalidad, empieza ya a tener dudas y yo creo que debemos tener una incidencia mucho más política, pública y participativa. ¿Cómo podemos combatir estas actitudes?

Creo que se trata de un reto que las ONGDs podemos ver o no ver, pero es cierto que se está produciendo una desmembración entre gente que colaboraba con una ONGD pero que es incapaz de asumir al inmigrante que tiene enfrente. Las ONGDs debemos trabajar en esa vía, insistir e ir incidiendo, de hecho, así como tú decías cada vez se oyen más comentarios críticos y por cosas cotidianas. Creo que hay que acotar el problema y que hay que empezar a tomar medidas. Yo como ONGD las estrategias que propongo son sobretodo dos; la primera, tener claro que la ayuda que envío a esos países es la misma ayuda que tengo que facilitar a la gente de esos países que ya está aquí, crear ese nexo, no desmembrar ambas cosas. La segunda, aportar información positiva, hacer un esfuerzo desde las ONGs en enviar notas de prensa con interés noticioso y con información positiva tanto de los inmigrantes como de sus países de origen, noticias hay, otra cosa es que nos tomemos el tiempo necesario en redactar una buena nota de prensa que tenga una incidencia en los medios.

Te voy a dar un dato al respecto que asusta todavía más, en Navarra se organiza anualmente una tómbola solidaria promovida por Cáritas, hace dos años se les ocurrió dedicar un día al inmigrante, los fondos que se recaudaran iban a ser destinados al tema de la inmigración. La aportación en Navarra, una comunidad con amplia tradición solidaria, cayó un 70%. A mi ese dato me puso los pelos de punta, de hecho yo, en la campaña que diseñé ese año en la ONG en la que coordino la

comunicación opté por tomar dos imágenes de cartelera, una niña indígena y un niño croata, para diversificar, porque empieza a asustar el tema.

Hola, Jaume Font de Pagesos Solidaris, quería preguntar, si ¿habéis notado algunas diferencias en cómo comunican los medios del norte las noticias respecto a cómo las comunican los medios del Sur?, ¿hay un posible aprendizaje entre medios ubicados en el territorio o no? o al revés, estando en un mundo globalizado, los medios tienen una misma lógica según la que no hay mucha diferencia.

Yo esto no lo he estudiado, no soy experta en esto, pero sí que lo he vivido, he estado trabajando fuera durante dos veranos, un verano en Panamá y otro en Ecuador, en medios de comunicación de allí, lo que sí he visto de diferencia es que allí la noticia va más orientada a la gente, a aportar, a contribuir. Aquí al final caemos en aportar ideas con más finalidad de vender un producto o de ser serviles a ciertas fuentes que propiamente el aportar esa información necesaria para el día a día de la población. Mi percepción es que son periódicos más sociales, donde el ciudadano de a pie se encuentra más reflejado que lo que se encuentra aquí el propio ciudadano español en sus medios. Se trabajaba más a pie de calle, más por el interés de la propia gente que lo que he visto cuando he estado en activo en medios aquí en España. También es cierto que en Latinoamérica hay periódicos que si los aprietas, sale sangre, hay una serie de medios que son mucho más sensacionalistas. En general creo que tenemos mucho que aprender de allí, aquí los medios son mucho más fríos, marcan mucha distancia, no sé si los que estáis aquí sentados que venís de otros países, pensáis del mismo modo.

Hola mi nombre es Ricardo, soy periodista chileno y me gustaría plantearte dos cosas, una es ¿cuál es tu percepción de la diferencia en los distintos tipos de medios, entre la televisión, prensa escrita, radio, de cómo se toman estas noticias? y luego, ¿cuál es el grado de profundidad que se tiene de estas noticias, ya que creo que muchas veces se dejan fuera los contextos sociales, culturales y políticas de estas noticias?

La diferencia entre medios es muy grande, si tú analizas la televisión, si no hay imágenes, no sales, con lo cual las ONGDs tenemos un reto que es, yo no puedo enviar la misma nota de prensa a una televisión, a una radio y a un medio escrito, la necesidad informativa que tienen no es la misma. Yo no digo que deba adaptarme a sus sinergias mediáticas, sino que tengo que conocerlas para saber cómo debo nutrirlas y cambiar mi mensaje, eso es un reto. Debo saber cuáles son los intereses noticiosos, cómo puedo cubrirlos lo máximo para facilitar el trabajo a ese periodista y aportarle toda la información, a una televisión no puedes ir con una nota de prensa, o tienes imágenes o no tienes

nada que hacer. Muy pocas ONGDs tienen archivo de imágenes e imágenes actuales casi ninguna, se trata por tanto de una gran deficiencia. En la radio, hay que tener testimonios directos, o si no son directos, grabados, pero hay que tener el corte, el espacio pequeño con el testimonio. En prensa con una nota de prensa ya puedes, pero si la combinas con unas buenas imágenes, mejor. Hay que conocer lo que los medios necesitan, no para darles todo lo que necesitan, sino el reto es: sabiendo lo que necesitan, sin cambiar mi mensaje, cómo lo puedo adaptar para que publiquen lo que yo quiero que se publique.

La otra pregunta que me hacías era relacionada con la profundidad, no tiene nada que ver la profundidad con la que un periódico puede tratar una noticia con la que la va tratar un informativo, de ahí que los mensajes tienen que ser muy distintos, si una nota de prensa ocupa toda una cara, no puedes enviar todo eso a una televisión, debes elegir tú el corte porque sino lo van a elegir ellos. Hay que ser muy avisado y pensar mucho como un periodista. Yo cuando doy clase de comunicación para el desarrollo, lo que les digo es tú desde el gabinete de comunicación de una ONG, lo único que no puedes hacer es concebirte como una ONG, tú piensa en el que está enfrente, para quién es el mensaje, qué quieres que el medio reciba para transmitir a la opinión pública. Ese es el objetivo, por supuesto sin cambiar el contenido.

Por supuesto el medio más profundo es el medio impreso y dentro de los medios impresos yo me atrevería a decir que hay secciones donde es más interesante salir, si tú quieres que cubran una noticia con mayor profundidad elige por internacional y no por sociedad, el enfoque será muy distinto, dentro de cada sección la nota debería cambiar.

Desde las ONGDs cómo ves tú el tema de que existan necesidades de comunicación distintas, gran parte de lo que estamos diciendo respecto a ese alejamiento o a esa disociación que se hace entre una persona colombiana si está aquí o está allí, yo de alguna manera lo veo como el gran fracaso de las estrategias de educación para el desarrollo de las ONGs. En cualquier caso, hay diferencias entre la gente de la propia ONG que trabaja en educación para el desarrollo, que trabaja en gabinetes de prensa y que trabajan en publicidad en marketing. Incluso dentro de las propias organizaciones puede haber un periodista en cada uno de esos sitios que tenga estrategias distintas, entonces, ¿cómo solucionamos eso o cómo ves tú que se pueda enfrentar? Y por otro lado, me gustaría preguntar sobre el control hacia los medios, yo creo que aquí que recientemente, en el periódico El País, que es el que suelo leer, se ha dado un caso recientemente que se salta todas las convenciones, se ha presentado a América Latina como bárbara, el tratamiento informativo que ha dado este periódico de Guajaca ha sido alucinante, han

presentado la asamblea de los pueblos de Guajaca como bárbaros, para nada han sido objetivos. ¿Podemos jugar un papel en el control sobre los medios?

Yo lo que propongo sé que no es la mejor opción, pero creo que es la menos de las malas, yo creo que la comunicación en una ONG debe estar jerarquizada, no puede ser que haya tres personas que trabajen cosas completamente distintas, como los intereses son distintos, o hay unas líneas muy marcadas o se van a hacer cosas que van a contradecir lo que hace el resto, con lo cual no se avanza. Soy partidaria de la existencia de una jerarquía en el sentido de que debe haber una cabeza pensante que estructure todos los brazos en comunicación que una institución conlleva, a nivel externo, desde mi punto de vista pueden ser cinco, no quiere decir que todas las ONGDs tengan que activar las cinco, y son, la informativa, la de sensibilización, la de educación para el desarrollo, la presión y la captación. Tienen que estar coordinadas, sin contradecirse entre ellas. Hay ONGDs que son muy grandes y establecen equipos de coordinación, que todo el mundo sepa que hace el resto para que no se pisen, que haya unas líneas claras y estratégicas que afecten a todos.

Respecto a la segunda pregunta, creo que es fundamental que las ONGDs ejerzan control sobre la información que los medios difunden respecto a los países en los que trabajamos, y me preguntaría ¿cuántas Ongs hacen evaluación de eso que se está publicando? ¿Cuántas hacen contra información de eso que se publica? Me atrevo a decir que sólo dos en España, y creo que una medio lo hace cuando puede, hace falta invertir en esto, es muy necesario que se sepa que se está publicando, no puede ser que el director de un gabinete de comunicación no sepa lo que se publica cada día en los periódicos, sino ¿cómo vamos a actuar? Hasta ahora la comunicación era reactiva, debe ser proactiva, yo tengo que ser el que tomo las riendas de esa comunicación. En los medios hay que influir, ya que nos guste o no nos guste lo que no está en los medios no existe y tenemos que ser capaces de mostrar lo bueno que hay allí.

Volver al índice

Mesa Redonda: Medios de comunicación y Tercer Sector. Experiencias en comunicación

TV3, Tot un món.

Carles Solà ⁹³

Carles Solà responsable del programa de TV3 "Tot un món". Periodista, ha treballat en premsa, ràdio i des del 89 està vinculat a televisió de Catalunya, on ha ocupat diferents càrrecs. Ha cobert fets de la història recent com ara les guerres del Golf i de Sarajevo, la crisi d'Irak de l'any 98, la visita del Papa a Cuba el 98. Ha realitzat documentals de temàtica històrica i social. Des de juny del 2004 és director i redactor del programa "Tot un món" dedicat a la immigració i diversitat cultural de Catalunya. És membre de la Taula per la Diversitat Cultural de l'Audiovisual organisme que vetlla per la presència multicultural y la diversitat als mitjans audiovisuals de Catalunya.

Quan l'estiu del 2004 vàrem fer els primers passos per a la creació d'un espai dedicat a informar del fenomen de la immigració, no hi havia a les televisions del nostre entorn més immediat cap exemple d'aquest tipus de programes. Tot i això, Barcelona TV (BTV) emetia des de l'any 99 un informatiu en 18 idiomes presentat per parlants d'aquestes llengües i des del 2003, el 33 feia el programa Karakia. Ni l'un i l'altre, tot i representar dos oasis enmig del desert que existia, ens servien per saber com enfocar un programa que tractés la realitat de la nova població de Catalunya. Aquest buit va fer que iniciéssim una recerca més enllà de l'àmbit audiovisual català d'exemples de programes de televisió que ens servissin de referència.

En aquell moment, l'estiu del 2004, vam trobar a nivell internacional alguns pocs exemples de programes sobre la immigració com ara "Un mondo a colori" de la RAI 2 italiana, que llavors ja tenia 5 anys d'existència, "D'ací et d'ailleurs" del canal TV5 del Quebec o, més a prop "L'Andalucía sin fronteras" de Canal Sur, que acabava de començar aquell mateix any.

El que vàrem veure és que aquests programes eren situats en les franges extremes de les graelles de programació dels canals on eren emesos. Semblava que malgrat la voluntat de tractar el tema, no s'acabés d'apostar per donar-los massa protagonisme en la graella. Era com si diguessin: hem de prestar atenció al fenomen de la immigració, però no cal que els donem massa protagonisme. Semblaven més fets per cobrir l'expedient que no pas per influir sobre les respectives audiències.

En el cas de Tot un món, TV3 va decidir situar-nos els dissabtes i diumenges, just abans del Telenotícies, amb la qual cosa ens convertíem en un programa més ben situat que els exemples

⁹³ Texto traducido al castellano en Anexos, página 149

que havíem vist i en conseqüència, podíem captar un públic que en principi no l'hauria anat a buscar expressament.

Tot i que no estem situats en el què és coneix com a "prime time", Televisió de Catalunya va apostar per fer un programa informatiu sobre immigració en un horari on les audiències ja no són gens menyspreables i fer-ho en el primer canal de la cadena, és a dir, a TV3.

El què hem pogut comprovar durant les dues primeres temporades del programa és com de convenient era un espai d'aquestes característiques perquè, any rere any, la societat catalana ha anat canviant i ha tingut una necessitat creixent de conèixer i entendre el nou entorn. Potser per això, les televisions han anat incorporant a les seves graelles, programes sobre el fenomen de la immigració.

A finals del 2004 va iniciar la seva emissió "Els nous catalans" de TVE a Catalunya i el juliol de 2005 neix a Televisió Espanyola, "Con todos los acentos". Aquest 2006, hi ha hagut, a TV3, una aposta clara per tractar la immigració, situant en "prime-time" el programa "Un lloc estrany", una forma amena i desenllaçada d'acostar-nos als nouvinguts, a les seves opinions, les maneres de viure i de veure'ns i que ha tingut audiències mitjanes d'uns 700.000 espectadors.

Per aquest costat, podríem afirmar que, com a mínim, les televisions públiques han pres consciència de la necessitat d'actuar com a servei públic que són i tenir programes dedicats a informar sobre l'evolució de la immigració. A divulgar les diferents maneres de viure les realitats que conviuen al país i a combatre els estereotips i els rumors que enrareixen la convivència. En aquest sentit, podem parlar d'aportacions per a la inclusió, de pedagogia de la diversitat i d'atenció especial als canvis socials que s'han produït, amb voluntat d'explicar-los al conjunt de la població per lluitar contra els estereotips i els tòpics més arrelats.

En aquesta mateixa línia cal incloure les televisions locals que, en la mesura de les seves possibilitats, han incorporat a les seves graelles, programes que acosten a les seves audiències, la realitat dels immigrants que han anat a viure als seus municipis. "Orígens" de Granollers TV, "De tots colors" del 9TV, "Pati Latino" de Televisió de l'Hospitalet i "Diccionari de la diversitat" elaborat per un equip pedagògic per encàrrec de la Diputació de Barcelona i que emeten diverses televisions, són només alguns dels exemples de programes que han anat sorgint amb l'objectiu de donar a conèixer el fenomen de la immigració.

Però no podem pas dir el mateix de les televisions privades d'àmbit espanyol. En aquests canals hi ha un buit absolut d'espais dedicats a tractar sobre la nova ciutadania. Tret d'algun reportatge puntual o d'algun programa on es debat sobre aquesta temàtica, la realitat és que hi ha un desert i que no sembla que hi hagi la voluntat de canviar aquesta situació. Pel què fa al tractament de les notícies que tenen com a protagonistes a persones nouvingudes no sempre es respecten els principis deontològics que s'aplica amb la resta de la població. És una mica allò de: amb la immigració, tot s'hi val.

Però tornant a les televisions públiques, en l'altre plat de la balança trobem que, en aquests mateixos mitjans, i fora dels espais dedicats a la immigració, els nouvinguts continuen essent vistos més com a espectadors passius que no pas com elements actius dels programes informatius i de debat. Segueix faltant més participació i presència de la nova població en els informatius diaris, que les seves organitzacions siguin considerades fonts fiables i que les seves opinions siguin interessants i volgudes per als programes de debat i ja no només en el paper d'immigrants sinó com a nous ciutadans del país amb opinió formada sobre qualsevol qüestió de la vida quotidiana.

Ara fa sis anys l'informe de l'Observatori Migracom sobre el tractament dels immigrants no comunitaris als mitjans de comunicació de Catalunya feia aquesta valoració de la situació que, en alguns aspectes continua plenament vigent:

“L'anàlisi ens ha proporcionat dades com el caràcter negatiu gairebé generalitzat, la manca de varietat en la temàtica desenvolupada i la uniformitat de les fonts informatives on detectem quasi una absència directa de l'immigrant. De fet, no apareix com a subjecte que realitza una acció sinó com a objecte directe o indirecte de les accions governamentals i de les forces de seguretat de l'estat. Altres dades que podem extreure d'un primer estudi de la mostra és l'ús d'un lèxic clarament negatiu i una intertextualitat basada en temes de successos i en el debat polític nacional és la que envolta les unitats informatives sobre immigració no comunitària.”

Per tant diríem que el tractament de les informacions que tenen a persones immigrades com a protagonistes, no sempre responen als criteris i recomanacions que s'han fet, des de fa temps, des d'institucions com El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) o el Col·legi de Periodistes, ni, en el cas de TV3, amb les regulacions internes de què s'han dotat els mitjans de la Corporació Catalana de Radio i Televisió (CCRTV).

Per posar només uns exemples, tant el CAC com la CCRTV coincideixen a recomanar que *“les notícies defugin les generalitzacions i els tòpics i que no es limitin a les situacions de conflicte i que*

s'evitin les associacions indegudes i altres conceptes i realitats", però encara massa sovint seguim sentint les les notícies diàries conceptes com els de màfia romana, immigrant il·legal, banda dels peruans...etc., on no es té en compte aquest principi. L'altre gran absent de les redaccions continua essent la font informativa procedent de la immigració. En aquest sentit els organismes diuen que "entre les fonts informatives hi hauria d'haver, al costat de les versions oficials, també els mateixos immigrants, les seves organitzacions, ONG" i que "en el decurs de la informació sobre la immigració, cal garantir especialment també a les persones i col·lectius immigrants, el seu dret a la llibertat d'expressió".

És per aquesta raó que, independentment que segueixin existint programes que tracten específicament el tema de la immigració, cal que hi hagi polítiques actives de foment de la multiculturalitat en els mitjans de comunicació públics i, en paral·lel, la formació dels professionals d'aquests mitjans per tractar amb més coneixement, temes relacionats amb les diferents cultures, creences, maneres de viure i opinar dels nous catalans.

En aquest sentit, fa poc vaig presentar a un grup de treball que ha començat a funcionar a Televisió de Catalunya un seguit de propostes que anaven en aquesta línia i entre les que destacaria:

- L'elaboració d'un llistat de persones immigrades de referència per ser consultades i perquè puguin intervenir en espais informatius i programes de debat, d'entrevistes...
- L'elaboració d'un llistat d'entitats relacionades amb la immigració i la diversitat cultural i dels seus interlocutors perquè pugui ser utilitzada com a font fiable pels serveis informatius i programes de Televisió de Catalunya.
- Que s'afavoreixi la participació de persones immigrades en programes de debat i informatius, en tant que especialistes en matèries concretes i no només per la seva condició de nouvingut.
- Que s'afavoreixi la participació de persones immigrades com a públic, com a concursants, com a convidats i com a actors en programes de debat, d'entreteniment, culturals, en concursos i en sèries de ficció per visualitzar la diversitat de la nova societat catalana.
- Què s'incorporin periodistes procedents de la immigració recent en els serveis informatius en la condició de redactors i de presentadors de programes de Televisió de Catalunya. Fer el seguiment d'aquestes incorporacions i dels resultats i informar-ne periòdicament.
- I que es formin els periodistes en temes específics al voltant de la immigració i la diversitat cultural, i s'afavoreixi l'aprenentatge d'algunes de les principals llengües de la nova població.

I com a reflexió final, voldria dir que els mitjans audiovisuals no reflecteixen prou el canvi que ha sofert la nostra societat i per això, una part d'aquesta societat, la nouvinguda no sent com a propis

aquests mitjans o només s'hi veu reflectida com un fet aliè al país, o massa sovint relacionada amb estereotips i tòpics o amb informacions de temàtica negativa. Si no donem la volta a aquestes situacions podem trobar-nos amb un gruix important de població que continuï mirant les televisions dels seus països d'origen amb antenes parabòliques i que es tanqui cada vegada més a la participació activa en els mitjans de comunicació del país, que també haurien de ser els seus, perquè si han decidit fer la seva vida aquí, i parlant de la televisió pública catalana, també és la seva.

Objectius de les tres temporades

Per la primera temporada, Tot un món (nom escollit pel programa després d'un llarg debat) va proposar-se respondre, en una setantena de capítols, les principals preguntes que la població de Catalunya es podia fer sobre la immigració.

Els reportatges pretenien difondre els diferents aspectes relacionats amb la nova immigració i la diversitat cultural des de les experiències personals dels immigrants i de les persones que, en contacte amb ells, treballaven per la seva integració des de tots els àmbits de la nostra societat. Vàrem intentar desfer tòpics i malentesos, i ajudar a acabar amb rumors, informant de la realitat social dels immigrants i de les seves cultures i creences.

Tot un món va afrontar la segona temporada d'emissió amb l'objectiu d'obtenir una fotografia real de la població que ha vingut a viure a Catalunya. Per fer-ho, l'equip de Tot un món ha recorregut les 41 comarques, buscant exemples de bones pràctiques, problemàtiques i maneres de resoldre-les i també de trajectòries personals. A finals de juliol haurem emès 78 capítols que volen donar a conèixer la realitat de la nova població de Catalunya des dels punts de vista de les persones immigrades i de la població d'acollida. Hem explicat que s'està fent des de les institucions, les associacions i amb les iniciatives personals, per acollir i integrar els nous catalans i en recull les seves experiències i opinions.

La proposta que formulem per a la tercera temporada de Tot un món és la de fer un conjunt de retrats de les persones nouvingudes que viuen entre nosaltres. Volem fer una aproximació a aquest conjunt de població catalana a través del qual podem respondre les preguntes que l'audiència de Tot un món es fa sobre els seus nous veïns. Volem que el conjunt de capítols de la tercera temporada serveixi d'aproximació a les diferents realitats de la societat catalana actual i contribueixi a trencar els tòpics i estereotips que encara persisteixen acostant-los la realitat amb què vivim cada dia.

Pensem que posant l'accent en el propi subjecte i en les seves experiències i vivències contribuirem a: deixar de manifest l'heterogeneïtat dins dels col·lectius immigrants; generar empaties i conèixer la diversitat de formes d'interacció social que es produeixen així com les condicions en què aquestes interaccions tenen lloc.

Es tracta de fer-los un seguiment en els seus llocs de treball, descobrint quins sectors ocupen, coneixent les seves preocupacions per la feina, els seus projectes laborals i professionals, els canvis de lloc de treball i de condicions des que van arribar a Catalunya. Si s'han seguit formant, si tenen plans de crear la seva pròpia empresa i si ja ho han fet, com els va, quin suport i quines dificultats han trobat.

Volem veure'ls en l'entorn familiar per conèixer els problemes que comporta l'allunyament de la família o el procés de reagrupament, si ja l'han fet. Que ens expliquin si han pogut llogar amb facilitat, si pensen a comprar un habitatge, si se senten integrats amb el veïnat, si han fet amics, com passen els caps de setmana, com és la relació pares-fills.

Ens interessa conèixer com viuen els adolescents i els joves, el canvi de país, de societat, de valors, de maneres de viure. En aquest cas, volem que ens diguin com veuen el futur, si estudien o treballen, que ens ensenyin com es diverteixen, si comparteixen moltes coses amb els joves autòctons, si han format parella, com els ha anat, si s'han independitzat o pensen fer-ho, o si ni els ha passat pel cap.

Aprofundirem en els sentiments de pertinença, en la percepció de l'acceptació i del rebuig que han tingut des de la seva arribada per saber si se senten com la resta de ciutadans o han patit discriminació, episodis de racisme i xenofòbia. Conèixer de prop com s'imaginem el seu futur, si el veuen aquí, a Catalunya, o tornant als seus països d'origen havent fet realitat els seus projectes personals.

I també els demanarem què n'opinen, dels autòctons, com ens veuen i com s'han sentit tractats per nosaltres.

En definitiva, els personatges protagonistes d'aquesta tercera sèrie de Tot un món ens permetran treballar temes prèviament prefixats, per poder, d'aquesta manera, plantejar noves temàtiques i, alhora, aprofundir en aquells aspectes ja tractats en etapes anteriors del programa.

[Volver al índice](#)

COM Ràdio, Tots x tots. Siscu Baiges⁹⁴

Redactor del programa Totsxtots de COM Ràdio i de Món Obert de Ràdio l'Hospitalet dedicats al Tercer Món, la cooperació al desenvolupament, la solidaritat i les ONGs. Llicenciat en Ciències de la Informació i en Psicologia, ha treballat en diversos mitjans com el Diari de Barcelona i Ràdio Quatre. Ha escrit diversos llibres que tenen com a eix temàtic la solidaritat internacional i la política. Entre altres títols, ha publicat *Las ONG de desarrollo en España, los dilemas de la cooperación*. Presideix l'associació de periodistes preocupats pel Tercer Món i els drets humans SICOM - Solidaritat i Comunicació.

L'associació "Solidaritat i Comunicació – SICOM", a la qual pertanyo, fa una dotzena d'anys que s'esforça per portar als mitjans de comunicació públics i privats, els temes relacionats amb la construcció d'un món més just i solidari: el paper de les associacions solidàries i humanitàries, el de les administracions que hi dediquen partides econòmiques, la situació angoixant dels països en vies de desenvolupament o els que pateixen conflictes bèl·lics i agressions als drets humans fonamentals.

A base de paciència i una bona dosi de voluntarisme hem aconseguit forats puntuals a emissores com Ràdio Gràcia, Ràdio Quatre, Ràdio Estel, Com Ràdio, Catalunya Ràdio i Ràdio l'Hospitalet, i, durant, tres temporades, a Barcelona Televisió. També guardem un bon record del temps que vam fer el programa "Sols SOS" a la televisió del Clot.

En alguns casos, la feina ha estat absolutament voluntarista, però, com és sabut, el voluntarisme no dura eternament. Per viure calen uns ingressos i aconseguir-los no sempre és compatible amb dedicar hores a d'altres ocupacions no remunerades. Ens hem especialitzat en fer programes als mitjans de comunicació, a partir de subvencions que ens donen les administracions. Els mitjans de comunicació són més receptius a les nostres propostes si ens hi presentem amb els costos coberts.

El moment més satisfactori, probablement, va ser quan Catalunya Cultura ens va cedir un espai d'uns quinze minuts diaris per parlar d'aquestes qüestions. Aquella temporada, tinc la sensació, que les ONGs solidàries i humanitàries que actuen a Catalunya van tenir la sensació que les seves

⁹⁴ Texto traducido en Anexos, página 155

activitats tenien sempre algú a prop que se'n feia ressò. Cal reconèixer els esforços de l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament perquè aquesta iniciativa reeixís. Caldria repetir-la!

Però, es pot anar més enllà de demanar 15 minuts al dia per parlar de l'enorme vitalitat del món associatiu solidari català? Segur! No deixarem de donar la tabarra per recuperar aquests 15 minuts i per forçar els gestors dels mitjans de comunicació públics perquè els obrin més espais.

Cal destacar l'aposta que ha fet Com Ràdio els darrers onze anys per mantenir en antena el programa "Tots x Tots", que, com coneix molta gent del món de la cooperació al desenvolupament, és el degà de la comunicació solidària a casa nostra.

El Tots x Tots va néixer, pràcticament, amb Com Ràdio. És a dir, que té 10 anys de vida. Ha tingut diversos noms però des de fa 8 anys ha consolidat aquest. Abans es deia "Veus del món". Tenim el trist privilegi de ser l'únic programa que manté aquesta continuïtat a la ràdio generalista i, en conjunt, als mitjans de comunicació, escrits i audiovisuals. Ens caracteritza una doble vessant: solidaritat internacional i temàtica social del nostre país, tot i que els temes de cooperació al desenvolupament al Tercer Món hi són majoria.

Organitzem el programa amb quatre col·laboracions i tres temes. Enric Sopena (Injustícia de la Setmana), Ignasi Riera (El Glop. Temes molt socials) i Arcadi Oliveres (L'Última Paraula: drets humans i temes internacionals), a més d'un reportatge setmanal de Vilafranca Solidària (activitats descentralitzades). Un cop al mes tenim la secció "L'Altraveu", on els estudiants de la Universitat Ramon Llull ens presenten una ONGD. I també un cop al mes, Esther Marquina ens fa una secció sobre la SIDA "Tots positiu". Ens enfrontem a la difícil disjuntiva de triar entre tanta vida solidària com hi ha i els temes de més actualitat. Les ONGDs amigues ens demanen una presència freqüent que quasi mai podem satisfer.

La direcció i la presentació del programa ha corregut a càrrec de Francesc Triola, que s'ha convertit, així, en una mena de veu del periodisme solidari català. Hi ha col·lectius que sempre el busquen quan s'ha de presentar algun acte o manifestació solidària.

No som els propietaris de la informació solidària. Hi ha i hi ha hagut altres iniciatives, però els mitjans impresos encara són de més difícil accés que els audiovisuals. Una plana de diari deu ser molt més cara que mitja hora de ràdio o televisió. En aquest àmbit cal deixar constància de la immensa tasca realitzada per l'Eva Martín al capdavant de la plana dedicada a l'Agenda de la

Cooperació que ha estat referent del món solidari durant molts anys, els dijous, a El Periòdic de Catalunya.

Als que ens interessa conèixer i explicar els perquès d'aquest món on 500 rics tenen els mateixos diners que 400 milions de persones, se'ns ha obert l'opció d'Internet. Allí hi podem posar els nostres articles, les nostres entrevistes, escrites, parlades i vistes. Comencen a néixer les televisions per Internet. Un espai que anys enrera semblava inaccessible per la complexitat del medi ja és força a l'abast. Amb una petita càmera es pot enregistrar una entrevista senzilla i penjar-la a la xarxa. Les veus i els rostres de les dones afganeses que ens visiten a Barcelona per explicar el seu combat quotidià, dels denunciants dels abusos sexuals a menors a Cambotja o dels cooperants que combaten la Sida a l'Àfrica poden ser enregistrats i oferts a través de televisions obertes a la xarxa.

Un cop més, cal plantejar-se si aquestes noves finestres seran suficients, si serviran per alguna cosa més que per no sentir-se inútils davant un món que no ens agrada i que es mou de forma pesada i entenem que no sempre en la direcció correcta.

No es tracta d'imposar res, però és ben cert que la majoria dels humans trobem encertada la teoria de l'educació obligatòria. Si als nostres fills i filles, els donéssim a triar entre anar a escola o a jugar al pati o la platja, no ho dubtarien gens. I els fem anar a escola contra aquesta predisposició a l'entreteniment. Potser amb els adults caldria fer una cosa semblant. No es tracta d'obligar ningú a asseure's davant el televisor perquè s'empassi un debat sobre perquè les farmacèutiques ajuden tant poc a combatre les malalties que pateixen centenars de milions de persones als països empobrits. Però sí que es tractaria d'oferir-los l'opció de veure aquests debats.

La iniciativa privada no ajudarà gens a fer realitat aquesta proposta. Construir una societat més justa no casa amb fer negoci. Els mitjans privats estan concebuts per guanyar diners i no mouran un dit per fer pedagogia solidària. Només se sumaran a l'onada solidària el dia que vegin que als espectadors i als oients els interessin i els reclamen aquests programes i aquestes informacions.

Només demanem que una estona cada dia, els ciutadans tinguin l'opció, ni que sigui durant quinze minuts o mitja hora, de posar-se al dia dels treballs i combats personals i col·lectius que intenten equilibrar la balança d'aquest món de pocs rics i massa pobres, de gourmets del menjar i de gent que passa gana, de piscines plenes d'aigua potable sense usuaris i de persones assedegades, d'hospitals per inflar-se els pits i de cecs perquè ningú no els opera de cataractes, de països plens de vells i d'altres on l'esperança de vida es situa al llindar dels quaranta anys.

Després de 12 anys de treball, SICOM no dóna la batalla perduda i segueix punxant els directius dels mitjans perquè baixin del seu pedestal i acceptin donar unes engrunes de temps i atenció a les ONGs solidàries i humanitàries, que entenguin que la preocupació per la fam i la pobresa al món no és cosa d'una dia que s'escau celebrar el Dia Mundial per l'Alimentació, assistir a la inauguració del curs anual de les Nacions Unides o informar d'un tsunami a l'est de l'Àsia que ha mort centenars de milers de persones.

I si continuen atrinxerats rera la por a les xifres de l'audiència, no ens quedarà més remei que buscar en Internet l'escalf que ens neguen. "Canal Solidari" ho ha fet, des de fa uns quants anys, i no defalleix. Cosa que és d'agrair.

Ara, molts mitjans de comunicació es plantegen què fer amb el tema de la immigració. Alguns s'han animat a fer programes per acostar-se als nouvinguts. Són tants i la seva presència és tan evident entre la ciutadania que potser sí que es mereixen que els dediquem programes de ràdio i televisió específics. Compte amb el que es fa! Poc avançarem si passem de fer "reality-shows" catalans a fer-ne amb protagonistes procedents d'altres indrets.

Diuen que hi ha alarma social perquè arriben molts senegalesos o perquè hi ha barris que tenen més equatorians que autòctons. A mi m'alarmo que a tant poca gent sembli interessar-li com és el Senegal del qual procedeixen aquestes persones o l'Equador d'on ens han arribat desenes de milers de persones els darrers anys.

Volver al índice

Assemblea per la Comunicació Social, LaTele.

Carme Mayugo ⁹⁵

Membre de l'Assemblea per la Comunicació Social. Periodista y educadora, esta realizando un curs de doctorado sobre Comunicación y Periodismo en la Universidad de Santiago de Compostela. El año 96 fundó con otros profesionales "Teleduca, educación y comunicación", un colectivo de trabajo interdisciplinar especializado en educación y comunicación que realiza talleres prácticos y proyectos comunitarios basados en el audiovisual como herramienta socioeducativa, entre otras actividades. Desde el 2003 forma parte de la comisión coordinadora de la asociación Mitjans-Red de educadores y comunicadores. Y también desde el 2003, forma parte del grupo promotor de la Asamblea por la Comunicación Social y ha participado en la creación de la Red Estatal de Medios Comunitarios.

L'Assemblea per la Comunicació Social (ACS) és un projecte de debat i acció en el camp de la comunicació que té com a objectius la creació d'una televisió i una ràdio dels moviments socials, i també la crítica i la transformació del model comunicatiu dominant. L'ACS sorgeix ara fa tres anys i mig com una proposta per traslladar a l'àmbit comunicatiu-mediàtic l'experiència de nombroses iniciatives socials en la pràctica dels moviments en xarxa. D'ençà de la primera assemblea celebrada l'abril de 2003 hi ha hagut nombrosos col·lectius i molta gent que s'han implicat d'una manera o una altra en el projecte.

La campanya inicial "Okupem les ones" va anar seguida d'una gran diversitat d'accions al voltant de la demanda (i l'exigència) de poder-nos dotar d'una freqüència de ràdio i una altra de televisió (140 sol·licituds van ser presentades per registre), que es gestionessin des d'un espai de confluència dels col·lectius socials i la titularitat de les quals els correspongués directament. Des dels moviments de transformació social es tracta de tenir presència a l'espai de radiodifusió en igualtat de condicions als sectors públic-institucional i privat-comercial. Així ha estat com, durant tot aquest temps, s'han anat celebrant assemblees presencials, produït programes de ràdio i televisió, participat en infinitat de jornades i actes, organitzat projeccions i intervencions a l'espai públic, etcètera.

La idea ha estat sempre que l'ACS, oberta a tots els col·lectius de transformació i crítica social i també a totes les persones que hi vulguin participar, s'anés erigint en una plataforma organitzativa i de treball horitzontal, cogestionada i codecisional. Donades les dificultats estratègiques i la

⁹⁵ Texto traducido al castellano en Anexos, página 159

impossibilitat legal d'accedir en igualtat de condicions respecte els poders polítics i econòmics a l'espai radioelèctric (l'emissió per ones hertzianes on rau l'estructuració del sistema de difusió audiovisual), l'Assemblea per la Comunicació Social va prioritzar la titularitat compartida d'una ràdio i una televisió per part de tots els integrants. Aquests dos mitjans es contemplaven com a imprescindibles a l'hora d'assegurar un fòrum de debat constant i autònom entre totes les ànimes del moviment, i també un espai de trobada i confrontació amb el conjunt de la societat. Tant la ràdio com la televisió –cada una amb les seves possibilitats tècniques, formals i de llenguatges- podien facilitar l'articulació i la coordinació de moviments i iniciatives a través de l'intercanvi comunicatiu, i la gestió horitzontal i col·lectivitzada.

LaTele en marxa: experimentació i resistència

Actualment s'està emetent de forma estable per LaTele, al canal 52 d'UHF, just després de Cuatro (antic Canal+) i abans de Teletaxi. Per tant, s'ha aconseguit ja un dels mitjans prioritari: en aquest cas, la televisió. La cobertura actual de la ciutat de Barcelona és parcial: entre el Parc Güell (a dalt de tot de Gràcia) pel capdamunt, i la plaça Espanya i la plaça de les Glòries per banda i banda. Dins d'aquesta franja, també arriba el senyal fins al mar, però amb més problemes. Aquesta és la zona en la qual es pot rebre LaTele, tot i que no és una garantia al cent per cent. Per arribar a sintonitzar-la, cal tenir una antena individual o bé una de "banyes", amb l'antena col·lectiva directament no es veu. Per això la campanya d'aquesta primavera per evitar-ne el tancament per part de la Generalitat es va titular: "*Posa-li banyes al nou model de televisió*", en referència a què s'estava aprofitant la migració obligada de la televisió de cobertura local del sistema analògic al digital per restringir encara més l'accés a l'emissió per ones.

Malgrat les limitacions tècniques, els impediments legislatius vigents i les amenaces constants del poder hegemònic de restringir la presència a l'espai radioelèctric a aquelles cadenes que tinguin atorgada una llicència de TDT (Televisió Digital Terrestre) local, LaTele té emissions regulars des de fa gairebé dos anys. Els col·lectius socials de Barcelona ens hem pogut dotar d'un mitjà audiovisual propi que utilitza les ones hertzianes com a canal de difusió. El gran repte, però, és que des dels diversos moviments i les diferents organitzacions del tercer sector així com també la ciutadania crítica amb el sistema mediàtic imperant ens convencem de les enormes possibilitats que ofereix LaTele. Ha arribat el moment de donar-li ús a tort i a dret: participant a la programació, aportant produccions a l'arxiu audiovisual, creant vídeos de les mogudes que invisibilitzen o esbiaixen les altres televisions, etcètera. En definitiva, és l'hora d'utilitzar un espai de comunicació que ens pertany perquè és només nostre però que només podrà continuar existint si tots i totes hi creiem, li donem vida i el fem servir.

O potser ja ens està bé que els col·lectius socials i la ciutadania tornin a quedar-se sense disposar d'un espai propi a les ones radioelèctriques? No deixem perdre una altra oportunitat. LaTele és un mitjà on aprendre a crear un model de televisió diferent entre tots i totes, on comunicar-nos realment i on poder reflectir la nostra realitat social. La intenció és anar perfeccionant progressivament la qualitat difusora i implementant de mica en mica una major potència d'emissió per consolidar l'abast d'una programació autogestionada que arribi a tota la ciutat de Barcelona. L'estratègia actual de l'ACS és que LaTele sigui una realitat cada cop més palpable mentre reivindiquem un tercer sector audiovisual per produir i difondre els nostres continguts sense intermediaris.

Prendre la paraula i autoorganitzar un sector comunicatiu propi

La idea que vertebrava tota la tasca de l'ACS des de 2003 és el desenvolupament del concepte de comunicació lliure i comunitària com a eix d'articulació dels moviments de transformació social. Per fer-ho possible, calen experiències reals que posin en pràctica els principis d'un sistema comunicatiu diametralment diferent a l'hegemònic i que serveixin per copsar els grans reptes a què encara ens hem d'enfrontar per garantir un accés autònom dels col·lectius i la ciutadania als serveis de comunicació audiovisual.

Un element clau és assolir tant la titularitat com la propietat d'emissores de ràdio i de televisió d'arrel comunitària, per assegurar el dret a la comunicació sense haver de passar pel sedàs dels mitjans públics-institucionals, controlats per les majories parlamentàries i els governs de torn, o bé dels privats-comercials, lligats a interessos econòmics i sovint també partidistes. Això implica estructurar espais de coordinació amplis i àgils, fórmules d'organització i de gestió horitzontals, criteris d'accés a la programació clars i oberts, participació activa en la producció de continguts, socialització de coneixements i d'ús de les tecnologies audiovisuals, etcètera. Però sobretot convèncer-nos que el sistema comunicatiu actual podria ser diferent i necessitem canviar-lo perquè ho sigui.

Aplicar-ho en el dia a dia implica reflexió, experimentació, debat, mecanismes de funcionament, creativitat, assaigs i errors. Per això, és molt important que es posin en marxa experiències concretes com ara La Tele. En definitiva, hem de ser capaces d'inventar-nos i també d'anar consensuant amb el temps com poden ser realitzables i perdurables. La qüestió és determinar què suposa, per exemple, una televisió gestionada des dels moviments socials, de titularitat col·lectiva. Construir un mitjà audiovisual on ningú doni la "paraula" sinó on la prenguem i sobretot la compartim. Hem de saber superar, amb propostes transformadores, terminologies enquistades com ara democràcia, llibertat d'expressió, accés i participació.

Quina democràcia tenim en el terreny de la comunicació audiovisual? Si renunciem a una eina com LaTele i d'altres mitjans lliures i comunitaris que perviuen a Catalunya, la ciutadania i els col·lectius socials perdrem definitivament un dret essencial en la societat actual: disposar d'espais propis a les ones radioelèctriques. Aquí rau la importància de reivindicar un tercer sector audiovisual des de l'acció, que ens permeti produir i difondre els nostres continguts sense intermediaris. LaTele és un espai ideal on aprendre a crear un model de televisió diferent entre tots i totes, on comunicar-nos realment i on poder reflectir la nostra realitat social.

Reconeixement residual a la Llei de la comunicació audiovisual

En les darreres campanyes de l'Assemblea per la Comunicació Social s'ha treballat fort per aconseguir el reconeixement del tercer sector audiovisual a la *Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya* i també per convertir-ho en una demanda social de primer ordre a l'hora de trencar les desigualtats persistents en el sistema comunicatiu que s'ha anat estructurant durant més de 30 anys de democràcia representativa. En aquesta Llei es contemplen les ràdios i les televisions comunitàries (articles 70 i 71 del capítol "Serveis de comunicació audiovisual sense ànim de lucre"), però es tracta d'un reconeixement molt marginal i que no va acompanyat de cap mesura que en garanteixi l'existència i la pervivència.

Des de l'Assemblea per la Comunicació Social (ACS) considerem que la Llei aprovada és enganyosa i contradictòria per tres raons fonamentals:

- Per primer cop, eximeix l'activitat audiovisual privada de formar part de l'espai públic de radiodifusió. Amb l'aplicació de la nova Llei, únicament els mitjans audiovisuals que pertanyen a les administracions (Generalitat i ajuntaments) es consideren "servei públic". L'articulat modifica el règim actual de ràdio i televisió, que sempre venia determinat per la funció pública, ja en fossin titulars les diverses administracions o bé empreses privades. Amb aquesta Llei, les ràdios i les televisions privades deixaran de ser servei públic i, per tant, la gestió d'aquests mitjans passa a tractar-se com una activitat econòmica qualsevol.
- Si bé planteja la regulació de les "activitats audiovisuals sense ànim de lucre", ho fa considerant-les dins de les "activitats audiovisuals privades", i, per tant, les regula en funció de les condicions que s'apliquen als mitjans comercials: formar part de la gestió indirecta i competir per accedir a les ones.
- L'activitat sense ànim de lucre" podria encaixar perfectament en els principis establerts per a la regulació de "serveis públics" de comunicació audiovisual, però, en tractar-se de mitjans autònoms respecte les administracions, passen a considerar-se simplement "activitats privades". D'una banda, se'ls demana que "contribueixin a l'obtenció de finalitats d'interès general, com ara l'educació i la cultura" (i podran gaudir d'ajuts públics dirigits específicament

a aquest sector), mentre que, d'altra banda, se'ls sotmet a la disponibilitat d'espai radioelèctric (això és, a competir per l'espai en condicions de competència desigual amb els mitjans comercials).

En tirar endavant aquesta Llei, es col·loquen les iniciatives de comunicació comunitària en una situació de desubicació, indefinició i desempara que no millorarà gens (ben al contrari) les seves possibilitats actuals (no regulades) de desenvolupament com a mitjans democràtics, independents i horitzontals. La demanda de l'Assemblea per la Comunicació Social a la cambra legislativa era ben senzilla i assolible: introduir els mitjans comunitaris en el sistema audiovisual català en condicions d'igualtat respecte dels públics-institucionals i privats-comercials. La Llei introdueix la possibilitat d'una reserva d'espai radioelèctric per a l'activitat audiovisual realitzada per entitats sense ànim de lucre i estableix algunes mesures de foment d'aquest segment. Es tracta d'un petit avenç respecte la legislació anterior però només com a declaració d'intencions perquè no s'estableix cap mínim de reserva d'ones hertzianes per a la comunicació comunitària i aquesta apareix com un segment molt poc definit, residual i marginat.

El context del tercer sector audiovisual

A l'Estat espanyol cap de les lleis, els decrets i els reglaments que -dins d'un marc legal volgutament caòtic- han pretès regular l'àmbit comunicatiu no ha previst fins ara la garantia d'existència d'una tercera tipologia de ràdios i televisions: la lliure i comunitària que s'aplega sota l'epígraf de tercer sector audiovisual. Des de la meitat de 2005 el govern central té aturada la tramitació de l'avantprojecte de Llei General de l'Àudiovisual per passar-la a discussió parlamentària. El text contempla els "serveis de difusió comunitària" (article 18) i els "serveis de difusió de proximitat" (article 19) tant de ràdio com de televisió. Malgrat aquesta situació d'indefinició, el govern ha continuat aprovant els plans tècnics que han permès engegar l'atorgament de llicències de televisió digital terrestre (TDT) local i de freqüència modulada (FM). Però com que en la regulació vigent es contempen d'una forma molt indefinida i en total indefensió, les ràdios i les televisions comunitàries n'han quedat excloses.

Per contra, es tracta d'un sector reconegut i regulat (i, en alguns casos, fins i tot protegit) a bona part dels països que conformen la Unió Europea. Bèlgica, Holanda, Alemanya, França, Regne Unit, Irlanda i els països escandinaus han optat per models de legalització diversos. Si bé de vegades han relegat aquests mitjans a una supervivència constrictiva i molt residual, almenys donen pistes de com estructurar un àmbit comunicatiu mínimament equilibrat i també de quins paranys s'han utilitzat per no possibilitar el ple desenvolupament d'aquest tercer sector audiovisual.

Malgrat aquest context esquiú, els últims tres anys es van consolidant iniciatives com ara: Pluralia TV a València, Amatau TV a Bilbao, Sin Antena a Madrid, Asamblea per la Comunicació Social a Barcelona i algunes experiències de *telestreets* en altres ciutats. A més s'estan generant nous projectes de ràdio comunitària i en ressorgeixen d'altres que havien hagut de tancar temps enrere. Per últim, les nombroses experiències de ràdios i no tantes de televisió que han aconseguit mantenir-se des dels 80 i 90 estan buscant vies per aprofundir més en allò que comparteixen que en els trets diferencials. Amb modalitats i posicionaments diversos, totes es proposen com a eina dels col·lectius socials de base i busquen entroncar amb amplis espais d'interacció ciutadana.

Malgrat la dispersió de plantejaments i les dificultats d'articulació, el reconeixement legal està passant a convertir-se en un eix clau si es vol assegurar la pervivència de la comunicació comunitària sense que depengui sempre de voluntarismes i moments episòdics d'embranchida. Això vol dir generar un espai ampli, fort i compacte de confluència (amb tota la heterogeneïtat de propostes que s'hi vulguin encabir) que es postuli davant el poder polític i pugui obrir rondes de negociació amb les diverses administracions: govern central, comunitats autònomes, ajuntaments i, fins i tot, institucions europees. Un bon indicatiu de tot plegat és el dinamisme de la *Red Estatal de*

Medios Comunitarios (REMC), creada l'octubre de 2005 i formada hores d'ara per una setantena de ràdios lliures i culturals, televisions comunitàries, emissores *on line*, publicacions periòdiques, espais web, mitjans alternatius i també investigadors d'Andalusia, Astúries, Balears, Canàries, Castella - La Manxa, Castella - Lleó, Catalunya, Euskadi, Galícia, Madrid, Múrcia i País Valencià.

Enmig de tot això el concepte de "tercer sector audiovisual" està prenent força perquè, en lloc de buscar-lo com a identificador, funciona més com a il·lustrador estratègic de les desigualtats que imperen al sistema comunicatiu actual. D'una banda, serveix per reclamar un espai propi que no hagi de competir amb les propostes privades-comercials per aconseguir freqüències, però que tampoc es confongui amb el sector públic-institucional. D'altra banda, permet visualitzar que l'actual sistema de mitjans audiovisuals és incomplet perquè li falta una tercera pota. Sense obviar la vocació de servei públic, els mitjans que s'estan aglutinant al voltant del tercer sector audiovisual tenen un fonament que només els pertany a ells: dinamitzar l'accés ple (o sigui, com a productors, programadors i gestors) dels col·lectius socials i els grups comunitaris als mitjans audiovisuals per tal d'exercir de forma efectiva el dret a la comunicació.

www.okupemlesones.org / mitjanspropis@moviments.net o al telèfon 93 217 06 23

Per col·laborar: Reunions periòdiques a l'Infoespai (Plaça del Sol, 19-20, baixos) i espai de treball a <http://www.moviments.net/acs/> (registreu-vos i participeu!!!)

Volver al índice

Canal Solidario, Ekoos.org. Mar Vallecillos

Responsable de Contenidos de Canal Solidario, un portal de Internet con noticias y recursos sobre cooperación, derechos humanos, solidaridad y acción social, que gestiona Fundación Chandra. Pronto lanzamos el proyecto Ekoos.org, sobre periodismo comprometido. Licenciada en Periodismo y en Sociología. Ha formado parte del Observatorio de la Cobertura de los Conflictos de la UAB. Dentro de este grupo de investigación, ha realizado análisis sobre la cobertura mediática de diferentes acontecimientos sociales, relacionados con la inmigración y con movimientos sociales. Ha colaborado con El Periódico de Cataluña, entre otros medios y ha formado parte de los colectivos Asamblea por la Comunicación Social y Liberinfo-ComunicAcció, entre otros.

Actualmente se está produciendo una crisis en los medios de comunicación: caen las ventas de periódicos, existe una gran proliferación de medios de comunicación: cadenas de televisión, emisoras de radio, diarios comarcales, revistas, diarios gratuitos, diarios electrónicos o portales de Internet; además, el ejercicio del periodismo se tambalea debido al acceso masivo de la sociedad a las nuevas tecnologías y los medios de comunicación saben que deben dirigirse hacia modelos de convergencia pero no saben cómo hacer negocio.

Y en la otra cara de la moneda, cada vez resulta más fácil encontrar una información precisa en la Red, cada es más fácil convertirnos en comunicadores. El modelo de comunicación ya no es un emisor y un receptor, la información circula en las dos direcciones. Las estadísticas nos hablan de un creciente uso de Internet en detrimento del consumo de medios de comunicación convencionales.

Las organizaciones o movimientos sociales perciben la comunicación externa como una cuestión central en el trabajo que realizan y paran atención a las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Las ONGs, en cambio, contemplan la comunicación como una área periférica a las líneas de acción centrales y, en general, tienden a subestimar el valor de las nuevas tecnologías. Tanto ONGs como organizaciones sociales coinciden en reclamar su presencia en los medios de comunicación convencionales.

Partiendo de este contexto, desde la Fundación Chandra se llevan a cabo dos proyectos, Canal Solidario y Ekoos. Los objetivos de ambos son sensibilizar a la sociedad mediante información positiva y constructiva sobre los problemas y necesidades de las personas más desfavorecidas, visibilizando el trabajo de organizaciones no lucrativas para lograr una mayor implicación social. Como estrategias para alcanzar estos objetivos desarrollamos un canal de información especializado en Internet, fortalecemos las capacidades de comunicación de las ONGs y los recursos de los periodistas para abordar temas relacionados con movimientos sociales, dando también soporte a la difusión de la información generada por las ONGs.

Canalsolidario.org

Canal Solidario es un periódico digital de información social y solidaria, punto de encuentro entre organizaciones sociales y el resto de la sociedad. Creado en 1999 consta de un equipo de trabajo formado por periodistas especializados y forma parte de la red OneWorld Internacional⁹⁶, presentándose en dos ediciones, una en castellano y otra en catalán. En Canal Solidario elaboramos noticias propias y publicamos noticias de otras ONGs, damos visibilidad a las voces que participan en temas de solidaridad y cambio social, dinamizamos espacios de encuentro y participación para los usuarios del portal, recopilamos y publicamos información de interés respecto al campo social y ofrecemos formación para ONGs en habilidades comunicativas. Actualmente, más de 3200 ONGs están registradas en nuestro directorio y tenemos 65000⁹⁷ suscriptores a nuestro boletín semanal, durante 2005 se impartieron 11 cursos sobre comunicación y nuevas tecnologías a entidades sin ánimo de lucro. El 79% de las personas que han leído una noticia en Canal Solidario asegura haber realizado después algún tipo de acción social relacionada.⁹⁸

Ekoos.org

El proyecto Ekoos surgió a raíz del éxito de la sección Periodistas Sociales en Canal Solidario, con más de 1100 periodistas registrados en la actualidad. Ekoos se materializa con la articulación de una red global de periodistas a través de Internet donde se les facilitan herramientas y nuevas fuentes de información de los movimientos sociales para el ejercicio de un periodismo con capacidad de transformación social. Además, desde Ekoos se desarrolla estudios sobre el

⁹⁶ La red OneWorld Internacional integra 11 centros de diferentes países y aglutina más de 1500 organizaciones sociales. www.oneworld.net/section/editions.

⁹⁷ Datos de junio de 2006.

⁹⁸ Dato de la encuesta a usuarios realizada en noviembre de 2005

tratamiento de los temas sociales en los medios de comunicación⁹⁹ y generan acuerdos con agencias de noticias para que difundan la información generada por las ONGs a través de sus teletipos.

Zona ONG

La zona ONG esta integrada en el portal Canal Solidario y esta dedicada a la creación y dinamización de una comunidad de usuarios responsables de comunicación de las ONGs. Desde la Red, disponen de una serie de herramientas para difundir sus notas de prensa y convocatorias a través del portal canalsolidario.org para llegar a las bases de datos de los medios, a los periodistas registrados en Ekoos.org i a las agencias de noticias. Además de facilitar el buen desempeño de su trabajo facilitando diversos recursos, asesoramiento en temas de comunicación y la organización de talleres y grupos de trabajo.

Todas estas nuevas herramientas y canales de comunicación están disponibles en Internet en:
www.canalsolidario.org / www.canalsolidari.org
www.ekoos.org

Volver al índice

⁹⁹ En noviembre de 2006 finalizó el estudio sobre Responsabilidad Social Corporativa en la prensa española, realizado por 11 países iberoamericanos.

Debate

Pregunta a Carles Solà: ¿Cómo ha evolucionado el nivel de rating de la TV con los programas que están realizando? ¿Hay algún tipo de teorización de todos estos programas? ¿Cómo se ve la integración de los inmigrantes en Cataluña?

Pregunta a Siscu Baiges: ¿Porque hay un programa que toma los temas del Tercer Mundo, la inmigración y las enfermedades? ¿No tiene una connotación negativa?

(Carles Solà) En el tema de audiencias, un par de ejemplos que yo creo que no son únicos, porque en radio los parámetros y no es lo mismo televisión pública que privada pero para que nos fijemos en que estos programas, no tienen porque ser programas de poca audiencia, si no que depende única y exclusivamente de las direcciones de las empresas de donde sitúan estos programas. Cuando TV3 pone un programa como “Un lloc estrany” donde aparecían personas que viven en Cataluña y opinaban sobre los catalanes en cuestiones cotidianas como la comida, sus relaciones sociales, este programa consiguió una audiencia de 700 mil espectadores y pasó a ser el programa más visto de todas las televisiones en Catalunya aquel día a aquella hora, se hicieron 13 capítulos y fue un éxito absoluto. Esto es reciente, fue hace no todavía un año. Acabó antes de verano.

Nuestro programa, estando en una franja horaria, poco adecuada para tener audiencias, como es a las 14:15 del sábado y el domingo, donde la gente esta preparando la comida o poniendo la mesa o aún esta haciendo el vermú en la calle, tenemos audiencias de 250 mil espectadores. El programa más visto hasta que aparecemos nosotros de toda la mañana de Tv3, somos nosotros. Esto se explica fácilmente, la gente empieza a conectar los televisores para ver el informativo del medio día y nos encuentra allí, que no esta mal. Nos encuentra y se queda allí, que esto esta bien. Esto demuestra que algún interés tiene lo que nosotros explicamos.

En cuanto al tema en general, digamos, que si se apuesta por estos programas, aunque se sitúen en un canal, como es el segundo canal de la TV autonómica catalana, el 33, un programa como “Karakia” que tuvo un mal comienzo porque la persona que lo propuso, estuvo 5 años esperando que le hicieran caso, cuando finalmente le hicieron caso lo situaron en el canal 33 y siendo un programa de gastronomía sobre la diversidad obtuvo en su franja horaria y en aquel canal, la máxima audiencia posible. Era el programa más visto en aquel canal, en aquella franja horaria comparado con otros programas que se hacían a esa hora en otros días de la semana. Por lo tanto, no tiene porque ir relacionado el tema de la inmigración, la solidaridad, la diversidad con poca audiencia. Depende de la apuesta que se haga, de la promoción que se haga de estos programas,

de donde se sitúen, en qué franja horaria y de lo bien hecho o mal hecho que esté un programa también.

Tú decías que a ver cómo habíamos notado el tema de la inmigración, llevamos tres temporadas de programa. En la primera temporada salimos a buscar respuestas a las preguntas que se hacía la población de Catalunya, en la segunda buscamos buenas prácticas y acabamos buscando problemas y cómo se resolvían estos problemas. Y ahora estamos buscando personas que vivan aquí y al final de los 80 capítulos que vamos a hacer sean una muestra de la diversidad de esta sociedad. ¿Qué nos estamos encontrando? Que la mayor parte de la gente que viene aquí y vienen con ganas de quedarse un tiempo, viene con ganas de aportar y de recibir, por lo tanto, de integrarse, porque la integración como asimilación yo no la entiendo. Por lo tanto vienen con ganas de aportar, de decir “eh, estoy aquí y vengo de mi país y tengo esta manera de ser, vivir y pensar” pero también de recibir, de aprender. Por lo tanto, te encuentras con cosas que rompen esquemas porque ni los latinoamericanos están cerrados al catalán como mucha gente se piensa, ni todos los marroquíes son musulmanes o son iguales en su manera de entender el Islam, ni existe la África subsahariana como un lugar donde todos son iguales. Todos estos esquemas se te rompen cuando bajas al terreno del conocimiento personal y con el tiempo vas viendo qué está pasando, y lo que está pasando es que la gente que vienen aquí a trabajar a vivir, tiene ganas de aportar y de recibir, y por lo tanto de integrarse. Este es mi punto de vista, con todos los problemas y dificultades que encuentran en la misma sociedad y en las administraciones.

(Siscu Baiges) Con el tiempo que llevo trabajando, metido en estos líos ha llegado un momento que, con todos los respetos, paso del rating y paso de las audiencias. Estoy un poco cansado de ir a los medios de comunicación más o menos importantes y decirles oye, porque no hacéis un debate de las elecciones en el Congo ya sé que no le interesa a nadie, pero a los cuatro del Congo que hay por aquí sí y a los cuatro despistados que hay como yo nos interesa saber qué pasa en aquel país donde han muerto 4-5 millones de personas en los últimos años en una guerra que nadie explica.

No tiene audiencia, no interesa a nadie, no hay imágenes pues me da igual. Por eso creo que la opción de Internet, es casi una salida personal. Insistiremos, seguiremos dando la tabarra donde sea en BTV, en TV3, en el canal 33, donde sea. Para ver si algún día ganan más espacio estas preocupaciones por este tipo de temas.

Por otro lado, también es verdad que después de diez años de hacer el programa de solidaridad en la COM y cuando estuvimos con el tema de la guerra de Irak dando cancha a todas las asociaciones que protestaban en contra de la guerra. Segurísimo que hizo más Sardà en Crónicas Marcianas el

día que hizo o dijo algo en contra de la guerra, seguro que en aquel minuto tuvo más eficacia, que en los 4 años anteriores del Tots x Tots. Pero, ¿por eso tenemos que dejar de hacer el totsxtots? yo creo que no, hacemos nuestro trabajo y llegamos a la gente que llegamos.

Tienes razón, suena fatal, esto que creo que hicimos la semana pasada, de pasar de las elecciones de Nicaragua a la asociación de familiares de víctimas de cáncer. Te sientes extraño, incluso cuando lo haces. Pero aprovechamos los espacios que tenemos, la Asociación de Familiares de Víctimas del Cáncer posiblemente puedan entrar en algún magazín, de vez en cuando, pero agradecen poder venir un día a la radio y disponer de 10 minutos para contar lo que están haciendo. El espacio que tenemos lo repartimos como podemos y sí es cierto que a veces tienes esa sensación de meter en un mismo sitio a las mujeres, los enfermos de cáncer, las elecciones de Nicaragua y Pagesos Solidaris. Pero si tuviésemos las 24 horas del día para repartirlas mejor.

Pregunta a Carles Solà TV3. Has comentado que desde TV3 estáis haciendo una reflexión sobre el lenguaje que se utiliza. Quisiera saber si esta recogido en algún documento y otra segunda pregunta, cuando has hablado de formación a los periodistas que ya sois plantilla de TV3, ¿cómo se esta materializando eso? Gracias.

Resumidamente, nosotros abrimos fuego sobre el debate de la necesidad de formar y cambiar un poco el modelo en relación a la inmigración y la diversidad. A partir de lo que nosotros hicimos, se ha constituido una comisión donde hay gente de toda la televisión desde infantiles, deportes, los que hacen los anuncios de promoción de los programas, los que invitan al público de los programas, es decir, absolutamente transversal. Porque nosotros entendemos que sólo desde un punto de vista transversal se puede tratar este tema. Si no seguimos con programas, que tenemos que seguir haciendo, pero que son como pequeñas islas, aislados, en guetos al final de todo. Por lo tanto para nosotros es importante que, como política de empresa, se asuma la necesidad de que se produzca la integración de la diversidad desde todos los puntos de vista y en todos los programas y en todas las cosas que haga esta casa. Una de estas cosas es el lenguaje, no sólo afecta a los informativos, afecta a los programas, al presentador del programa de la mañana y al que hace el magazín por la tarde, porque si su lenguaje, ya no políticamente correcto, es inadecuado o impropio pues esta haciendo un mal favor, y en todo caso no esta haciendo de televisión pública.

Esto hemos empezado a hacerlo ahora porque hemos detectado y nos ha preocupado lo que estábamos haciendo nosotros mismos. Te diré que rompiendo la lanza a favor de nuestra televisión, estamos haciendo cosas que otras televisiones ni se plantean, otras sí, porque a nivel europeo

nosotros estamos empezando, porque hay televisiones como la BBC que se plantean cosas que nosotros estamos a años luz sobre la diversidad.

Lo que estamos haciendo es empezar por la base, y la base ¿cual es? Es el lenguaje que se utiliza y en este sentido, pronto vamos a tener 2 o 3 expertos en la materia, que han reflexionado desde la universidad y que vienen a hacernos unas charlas abiertas a la TV y, en especial, a los periodistas, realizadores, documentalistas y a los operadores de cámara. Porque para nosotros no sólo es el lenguaje escrito sino también es el audiovisual, insistir en que según qué imágenes pueden ser estigmatizantes, según qué imágenes repetidas pueden dar un determinado discurso que intentamos evitar y, si lo evitamos desde un punto de vista escrito, y no lo evitamos en la imagen pues estamos haciendo una cosa que no va a ninguna parte. Por lo tanto vamos a hacer este primer paso y después vamos a crear unos talleres, unos grupos de trabajo donde nosotros mismo, desde dentro vamos a ver qué estamos haciendo mal y cuales son las alternativas del lenguaje, si no les llamamos inmigrantes ahora en catalán hay una palabra que es “nouvinguts” (recién llegados). Qué tenemos que utilizar cada vez que hablamos de la inmigración, tenemos que hablar de ciudadanos de origen no sé qué, tenemos que hablar de afro catalanes, de catalanes de origen marroquí,... Este es el debate sobre los nombres, sobre la utilización de determinado lenguaje en el que vamos a entrar el próximo 2007. De todo esto vamos a hacer una propuesta a la dirección de la casa para que asuma que esto es una especie de libro de estilo, por lo menos en esta materia. Ya que en nuestra TV pública no hay un libro de estilo definido, hay muchas cosas pendientes desde la creación del canal. Ya que la llegada de mucha gente procedente de otros países nos ha abierto los ojos de la necesidad de tener que regular, de alguna manera, el uso de determinados lenguajes pues vamos a ir a por ello, por lo menos a regular el tema del tratamiento de la diversidad, de la inmigración y a ver como salimos de esto. Y en el tema de formación es un poco lo mismo, es otro elemento para nosotros vital, importante, saber de qué estamos hablando. No puede ser que alguien diga, y en nuestra televisión ha pasado, que alguien es de origen musulmán, esto es desconocimiento. En otros casos se han dado circunstancias por desconocimiento, se han dado informaciones que son contradictorias. Por eso ahora vamos a entrar en una dinámica de reflexión.

(Josep M Soler. TvVilafranca) Quería aprovechar para tratar un tema que considero importante, que es el tratamiento de la inmigración, no en los programas que tratan de cooperación o inmigración sino en la información en general. Creo que el CAC (Consell Audiovisual de Catalunya)¹⁰⁰ editó un librito donde daba unas recomendaciones hace unos 3 años y nosotros además de cubrir la información en el programa de que existía este librito, intentemos leerlo y aplicarlo. Ya he dicho antes que estamos haciendo información en un municipio pequeño y donde todo el mundo se

¹⁰⁰ El documento esta disponible en la página web del CAC: www.audiovisualcat.net

conoce, entonces algunas recomendaciones puestas en práctica en un pueblo pequeño crean contradicciones e incluso críticas por parte de la audiencia. Decir el origen de la persona que ha cometido un delito puede que acaben echándote en cara que estas escondiendo su origen, cuando en otras ocasiones das a conocer el origen. Es decir, cuando sucede con alguien de la ciudad dices del barrio tal o del barrio cual y todo el mundo entiende que es de esa ciudad, cuando no dices nada de esa persona y luego la gente sabe que es de determinado origen extranjero pues te echan en cara que has estado escondiéndoles información.

Por eso yo creo que, por lo menos a nivel local, es un debate muy interesante a tener en cuenta, por lo menos los pros y los contras.

Antes Carles ha citado el estudio del Observatorio de la migración y la comunicación, el MIGRACOM de la Autónoma, nosotros también participamos y colaboramos en el estudio, hicimos las encuestas en la zona de Vilafranca a gente inmigrada para poder elaborarlo. Me llamó mucho la atención, porque fuimos casa por casa de algunos inmigrantes, y una de las preguntas que se hacía era qué medio de comunicación leía, miraba o escuchaba con mayor frecuencia y en todos los sitios, a nivel general, unos podían ver Tele5, otros A3, etc. pero a nivel general, todos coincidían en una misma publicación local gratuita de Vilafranca que se llama la Fura y que esta muy bien elaborada. Yo pregunté a todos y cada uno de estos inmigrantes porqué leían La Fura, que esta escrita en catalán, ¿por qué te interesa este medio de comunicación? Porque es el único medio de comunicación que tiene la mayor información de las ofertas de trabajo de la zona donde están viviendo. Me llamó la atención, pensé tu puedes estar haciendo un trabajo hablando de inmigración etc... Y a lo mejor no te esta mirando aquel a quien tu quizás te estas dirigiendo porque esta mirando las ofertas de trabajo.

¿Qué tendencias y movimientos se están formando a partir de iniciativas sociales?

(Carme Mayugo. Asamblea por la comunicación social) Este fin de semana en Toledo hay la tercera reunión de una red de medios comunitarios que se esta constituyendo a nivel estatal y se va a formalizar. En esta red lo que se ha hecho es investigar cómo esta la situación en otros lugares. Para la gente que piensa que la comunicación comunitaria y el tercer sector es interesante hay dos tendencias. Una hacia América y otra hacia Europa. En Europa ha sido una cosa que surgió en los años 70 y 80 que se intentó minimizar, es decir, que no se pudo callar pero que esta en espacios muy marginales. En América del Sur estos medios se han beneficiado de que hay un sector público pobre, a nivel económico y de articulación social, y para contrapesar los privados, se han desarrollado, gracias al financiamiento de proyectos de cooperación, medios comunitarios muy

interesantes en Brasil, en Venezuela, Bolivia. Incluso en estados como Venezuela y Bolivia empieza a ser una cuestión de estado el desarrollo de estos medios comunitarios. Y en Estados Unidos y Canadá lo que ocurre es que el sector público mediático casi es inexistente, y lo que hay son experiencias muy interesantes en los media centers que han asumido esta función, y que son experiencias que van a 50 años luz de las experiencias europeas. Lo que es complicado siempre es la articulación. En cuanto a medios comunitarios radiofónicos hay una muy buena articulación, en cuanto a medios audiovisuales todavía es complicado porque es muy difícil enviar señal.

(Carles Solà. TV3) También a nivel de TV y a nivel europeo hay una preocupación por este tema de la diversidad y se han llegado a crear workshops anuales para hablar y debatir. Nosotros estamos participando en uno que en junio de 2006 se ha reunido en Estocolmo y ahora, más recientemente, en Londres para analizar todo el tema de la integración de la diversidad en las televisiones públicas europeas. Nosotros nos hemos subido a este tren un poco más tarde que otras cadenas de televisión que ya han hecho esta reflexión, pero de lo que se trata es de normalizar, de hacer normal la diversidad en los medios de comunicación, en las televisiones públicas. Si no lo conseguimos, seguiremos haciendo estas pequeñas islas que son importantes y que se tienen que mantener y aumentar en lo que sea posible pero que no dejan de ser pequeñas aportaciones, lo importante es normalizar y visualizar la diversidad en nuestras televisiones y en los medios de comunicación, en general.

(Carme Mayugo. Asamblea por la comunicación social) Yo me dejé de comentar, con los medios comunitarios no es que haya que visibilizarse, se entiende ya como inherente. Es diferente el punto de partida, no son unos profesionales que ven e intentan saber qué pasa sino que es la propia sociedad la que emerge y si la sociedad es diversa, pues esta ahí.

Volver al índice

Estrategias comunicativas de las ONG

Puntos clave para el análisis de las campañas

Hildegart Gonzalez, Universidad de Navarra.

Voy a destacar aquellas tácticas o aquellas estrategias erróneas o las deficiencias que hay en cada una de ellas, de manera que os doy los elementos de análisis con los que después podeis valorar las tres campañas sobre las que vais a trabajar.

En el ámbito de la educación para el desarrollo, lo primero que hay que destacar es qué entienden por educación para el desarrollo y qué quieren poner en práctica con esto que estan denominando así.

Falta calidad en muchas de estrategias, o más que estrategias, tácticas que se han puesto en práctica y muchos de los materiales que se elaboran no son nada atractivos. A veces uno se encuentra con elementos de educación para el desarrollo incomprensibles, no adecuados a los públicos. Voy a ser bastante crítica en la exposición más que nada para que tengais esos elementos que los podais poner en práctica después.

Los mensajes o las tácticas de educación para el desarrollo pecan de no tener una estrategia unificada, muchas veces las ONGDS que realizan tácticas o estrategias de educación para el desarrollo, lo hacen respondiendo a llamadas puntuales de colegios, institutos, universidades. Les falta una línea clara de saber qué quieren hacer en este campo de trabajo y cómo lo quieren hacer.

Es más bien algo que va surgiendo según se va demandando pero que no tienen establecidos unos objetivos claros. En cierta parte, la falta de recursos y de personal dedicado a ello en muchas insituciones y la sensación de que los objetivos nunca se van a conseguir a corto plazo, si no más bien a largo plazo, son dos de los factores que pueden influir en la falta de estas estrategias.

¿Qué es lo que sucede? Que muchas veces estas acciones puntuales que se realizan no tienen una coherencia con el resto de acciones comunicativas que las ONGDs desarrollan. Es cierto que hay

aciertos muy importantes en muchas ONGDs a la hora de desarrollar una política de educación para el desarrollo pero son tan puntuales y tan sin conexión con el resto de cosas, que se quedan completamente tapadas por otras acciones mucho más llamativas o más espectaculares o con más incidencia de medios. Os pongo un ejemplo, si una ONGD trabaja un tema de educación en valores en un colegio y elabora unos materiales específicos, puede ser que la campaña de captación que se está realizando en la misma institución socave todo aquello que se está promoviendo desde la campaña de educación para el desarrollo. Además tiene una difusión muy limitada, muchas ONGDs que realizan estas acciones se limitan a colegios, y se limitan a charlas informales que no tienen tanta repercusión como puedan tener otras acciones de comunicación que realizan. El número de ejemplos que tenemos para destacar es mínimo. Está el caso de Intermón Oxfam y algo que está desarrollando alguna ONGD más local, pero poco más hay que destacar como aciertos o como tácticas acertadas.

El tema de que hay pocos recursos, los objetivos son a largo plazo y realmente no hay personal cualificado en ello son tres de los motivos que hacen que muchas de las ONGDs no inviertan en ello y se dediquen a realizar otro tipo de acciones.

Los mensajes, las estrategias de sensibilización pecan habitualmente de no tener definido claramente el objetivo de sensibilización y el mezclarlo continuamente con la idea de captar recursos. Si uno analiza las campañas de sensibilización que llevan a cabo muchas ONGDs, cuesta ver un único objetivo y siempre suele predominar sobre ese el de captación. Es muy habitual que después de una campaña o un spot de sensibilización haya un teléfono al que llamar, un colabora, un apadrina, un danos, etc. con lo cual estamos mezclando intencionalidades.

La principal consecuencia negativa de que los mensajes o las tácticas de sensibilización que las ONGDs ponen en marcha, os pongo un ejemplo mejor. Un concierto solidario en principio es una estrategia de sensibilización porque las canciones, la letra, el autor, va a hacer alusión al tema sobre el que queremos sensibilizar. En realidad, si tu pagas una entrada ya estas confundiendo a la opinión pública, ya la opinión pública no sabe si el mensaje que le está lanzando la ONGD es que tiene que sensibilizarse con la pobreza en Guatemala o, más bien, está consiguiendo recursos a través de la entrada.

¿Qué estamos haciendo con este tipo de confusiones en los mensajes de sensibilización? Que la ciudadanía realmente piensa que siempre que una ONGD se dirige a él, a la opinión pública, lo hace para captar recursos, nos cuesta mucho a la opinión pública en general saber cuando una ONGD nos quiere sensibilizar. De hecho si se analizan los spots, las cuñas, las exposiciones fotográficas

siempre hay el recurso de la aportación económica detrás. Ese es el primer error y el segundo error es el excesivo grado de emotividad que muchas veces está presente en las tácticas de sensibilización y en las tácticas de sensibilización que llevan a cabo las ONGDs.

El uso del dramatismo, de mostrar al pobre realmente pobre, dolorido, huérfano, solo, abandonado, hacer hincapié en eso para que la gente se sensibilice es otra de las estrategias que se esta poniendo en práctica. La consecuencia negativa de este tipo de tácticas para sensibilizar es que a largo plazo hacemos a la sociedad indolora. Esta tan acostumbrada la sociedad a recibir este tipo de mensajes que llega un momento que se satura, la razón no tiene límite, el sentimiento sí. Ya no hay imágenes más dramáticas después de las que hemos visto, la gente ya se va acostumbrando, con lo cual la efectividad de esos mensajes empieza a ser realmente limitada.

¿Cual es la segunda consecuencia negativa de este uso abusivo de imágenes dramáticas para sensibilizar? Que realmente se renuncia a crear un clima favorable para después educar en valores. Tu a la gente la acostumbras a mostrarle el lado negativo de esas sociedades, estas reduciendo la posibilidad de que esa gente se sensibilice y llegue realmente a conocer al otro en su estado real, no sólo en el lado negativo que siempre estas acostumbrandole a mostrar.

Errores en los mensajes de captación en las ONGDs, las tácticas que más controversia estan suscitando, también es cierto que son las más eficaces en el corto plazo, son el uso del recurso del dramatismo. Una campaña que está planteada con imágenes dramáticas sabes que te va a repercutir, esto lo tienen muy claro ONGs como ANESVAD, por ejemplo, que son campañas muy agresivas con un grado de dramatismo fuerte pero que nos guste o no nos guste repercute económicamente de forma positiva en el corto plazo.

Otra de las estrategias que se utiliza para captar recursos es la táctica de la culpabilización. El hacer sentirse culpable a aquel que recibe el spot, el hacerle sentir mal porque es parte de ese problema que estan planteando y es además parte acusada. Le estan diciendo que si ese niño vive así, es porque tú no colaboras. Yo tengo en mente un ejemplo muy claro de esta táctica que es el anuncio de Ayuda en Acción y no tengo nada en contra de ninguna ONG pero hay ejemplos que son auténticos estereotipos de lo que estoy planteando. La campaña de Excusas de Ayuda en Accion planteada en TV en la que una persona se está comiendo un pastel y hay una voz desde la tv que le esta diciendo, miles de niños mueren de hambre todos los días, acaba el spot diciendo, ahora tienes 3 segundos para inventar otra excusa y no apadrinar este niño. Realmente, uno se siente hasta culpable porque nos sentamos frente al tv y esas son las excusas que nos vamos planteando. Realmente pienso que ambas tácticas, la del dramatismo y la de la culpabilización no son buenas a

medio y largo plazo, pueden ser muy eficaces en el corto plazo, pero son terreno quemado para el resto de ONGDs.

¿Qué efectos generan ambas tácticas? Primero, la fatiga de la compasión. La primera vez que una persona lee un anuncio en un periódico donde con un euro puedes ayudar a este niño, pues igual se sensibiliza, se siente afectado y da ese euro. Pero al segundo día que lo vuelve a ver, el niño sigue estando ahí, yo ya le dí dinero ayer, realmente aquí qué pasa. Pero es que al cuarto día que lo ves te sientes engañado y te sientes ofendido porque dices yo no soy culpable de esto que esta sucediendo. Con lo cual conseguimos generar el efecto de la fatiga de la compasión, que la gente se aburra y no aporte. Además, la idea que estamos transmitiendo de la población beneficiaria es una idea muy paternalista, no se ve al otro como motor de su desarrollo, sino más bien como ser inválido al que hay que ayudar, porque sino solo por sí mismo no va a poder seguir adelante. Por supuesto estas tácticas, echan por tierra cualquier política de educación para el desarrollo que una ONGD pueda poner en práctica.

El segundo efecto negativo que pueden tener ambas tácticas en el ámbito de la captación es que se reducen las responsabilidades de la opinión pública de los países enriquecidos. Nos encontramos con que nos están formando la idea, a través de la comunicación que muchas ONGDs han hecho durante mucho tiempo, que nuestra colaboración para acabar con ese problema que se plantea es tirar de tarjeta de crédito, hacer una aportación económica reduce responsabilidades. No se plantea que tenemos que cambiar conductas en el día a día, parece que cuando hago una aportación económica tenemos todo cubierto. Con lo cual estamos reduciendo esa amplitud de acciones que una persona puede tomar. Les estamos acostumbrando a que todo se soluciona con la aportación económica y en el fondo les estamos engañando porque no es cierto que con eso se acabe el problema, esto llevaría a la tercera consecuencia.

Si yo a la opinión pública como ONGD le estoy transmitiendo que si me da dinero se soluciona el problema y al año el anuncio es el mismo o muy similar y en la misma línea culpabilizadora y dramatizadora, me encuentro con que la ONG va a perder credibilidad. Estamos engañando a la opinión pública y así lo empieza a percibir la opinión pública. Son los tres efectos que hay que tener en cuenta, la gente se da cuenta que con los mensajes superficiales que con un euro salvas la vida de alguien, son tácticas a corto plazo que no funcionan que no son eficaces a largo plazo y medio plazo y que están generando una quema de terreno para que instituciones puedan aportar otras visiones. Este es el aspecto negativo que yo he encontrado, aunque también hay muchos aciertos.

Volver al índice

Marketing social

Rosa Alonso Martínez, Alma Social ¹⁰¹

Socia fundadora y responsable del área de Márketing Social. Es *planner*, *fundraiser* y asesora en Responsabilidad Social Corporativa. Ha estudiado Marketing, Gestión y Administración Pública, CC. Empresariales y Derecho en diversas Universidades. Ha formado parte del equipo ejecutivo, coordinador y directivo de CCOO. Organiza e interviene como asesora y ponente en diversos cursos de *coaching* y congresos territoriales.

El marketing social podría entenderse como un concepto transversal, una herramienta útil para detectar y satisfacer necesidades y mensajes. Según la definición de Kotler, el marketing social es el diseño, la implementación y el control de programas con el objetivo de influir en la aceptación de ideas sociales, incluyendo consideraciones sobre la planificación del producto, el precio, la comunicación y distribución e investigación comercial.

Existen factores tanto de éxito como de fracaso respecto al marketing social. El éxito de la actividad vendría dado por la existencia de las siguientes constantes: presencia de stakeholders (grupos que tienen interés en que la empresa sobreviva) y conocimiento de las actitudes o preferencias del target o público objetivo frente a las campañas y productos. Por último, también influye el diseño del programa de comunicación que reúna factores como la intensidad, motivación, reputación, organización y eliminación de la distancia. El fracaso de la actividad podría venir por la inexistencia de investigación previa en la materia, por la llegada de mensajes e informaciones no coordinadas y por desorganización en sí misma.

Cualquier campaña de marketing social debe constar de unos elementos básicos e imprescindibles: una causa, un agente del cambio, unos canales apropiados y una estrategia dirigida a conseguir el cambio. Podemos decir que el modelo actual en el campo del marketing social gira entorno a dos conceptos: el concepto de fundraising y el de Responsabilidad Social Corporativa (RSC o RSE). El Fundraising podría definirse como un sistema de captación de fondos privados para proyectos

¹⁰¹ Para más información: www.almasocial.org. Para contactar: almasocial@almasocial.org

sociales. Con él se permite la dispersión de ingresos ya que no dependemos de capital público y optamos a gozar de mayor independencia de acción. La RSC parte de un concepto no consensuado pero que se asentaría sobre la idea de un cambio de filosofía de empresa. La empresa entiende que es un agente más de la sociedad e intenta integrarse dentro de este modelo social. El concepto tradicional de empresa como motor económico sufre cambios. Según la Comisión Europea, la RSC podría definirse como la integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en relación a sus grupos de interés. Dentro de los planes de desarrollo de la RSC se incluye el concepto de Inversión Socialmente Responsable (ISR). Un modelo muy útil sería el de cooperación estratégica entre ambas tendencias o conceptos (RSC y ISR). La ONG genera un proyecto o misión para el que capta fondos de la Administración pública mediante subvenciones y planes de RSC, y también de la empresa con un plan concreto de RSC.

Es importante que en el marketing social se tengan en cuenta las relaciones públicas e institucionales. Dichas relaciones son tanto externas como internas y deben formar parte del trabajo básico de la ONG. A través de estas relaciones se establece el contacto con los stakeholders o grupos de interés: otras ONGs, proveedores, trabajadores y sindicatos, administración pública en cualquiera de sus dimensiones (local, provincial, estatal o internacional), organizaciones empresariales, medios de comunicación, clientes/usuarios o entidades académicas.

Para un éxito rotundo de los programas de marketing social serían básicas las siguientes constantes: trabajar las buenas relaciones, la motivación, la implicación, las necesidades y las fases de observación, acción y mantenimiento.

La manera en entender la RSC, la cooperación de empresas con ONGs, no siempre es positiva pues existen numerosos puntos de desacuerdo. Una ONG debe cuidar mucho las relaciones institucionales o relaciones públicas, puede pasar sin captador de fondos, sin diseñador de marketing pero no puede pasar sin relaciones institucionales. Si no tienes una buena relación con los grupos de interés externo, incluidos los medios de comunicación, no van a venir empresas que quieran invertir en ti, no van a entrar nuevos socios, no van a difundir tus comunicados de prensa para que salgan en el periódico.

Existen muchos ejemplos paradigmáticos que vale la pena destacar por distintas razones de alianzas entre ONGs y empresas. Por ejemplo, el acuerdo que firmaron Adena y Lafarge¹⁰² suscitó una gran polémica en el sector de las ONGs. Lafarge, empresa francesa dedicada a la fabricación

¹⁰² <http://www.lafarge.fr>

de materiales de construcción, también se dedicaba a la excavación de minas. Los trabajadores de este sector son, en general, uno de los grupos de trabajo más explotado y peor retribuido. Adena aprovechó esta oportunidad para incidir en la situación en que se encontraban los trabajadores de Lafarge. La empresa apostó por un cambio de filosofía al mejorar las relaciones internas y externas, aunque con las segundas fue más rápido que con las primeras. Adena, una ONG de calado internacional, reportó a Lafarge múltiples beneficios a nivel de imagen, fidelización y también fiscales. Otras cuestiones como los vertidos tóxicos a la atmósfera y a los ríos de Lafarge no fueron tan bien resueltos.

Otra alianza, en este caso muy reciente pero que ya ha dado muestras de su bien funcionamiento entre ONGs y empresas es la de UNICEF y el FC Barcelona. El Barça funciona casi íntegramente como una empresa privada, tienen un perfil empresarial muy definido, y además sabe rentabilizar muy bien un acuerdo de este tipo. El club con este acuerdo gana en imagen, inversión en valores, ingresos económicos, nuevos clientes-públicos. Incluso podría llegar a obtener beneficios en relación a los fichajes: por el hecho de llevar la camiseta del Barça, un jugador podría estar dispuesto a recibir un sueldo inferior al inicial pues la pérdida económica la puede compensar a través de los contratos publicitarios.

Estos acuerdos tienen más que ver con la Inversión Socialmente Responsable (ISR) que con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), términos que se tienden a confundirse. Un plan de RSC pasa porque todos y cada uno de los elementos que forman parte de esa empresa (clientes, trabajadores, accionistas) sean corresponsables de ese cambio de filosofía. La empresa debe hacer un cambio de filosofía pues aunque realice inversiones en ONGs no va a mejorar sus relaciones internas si no trata bien a sus trabajadores o si tiene a los accionistas descontentos.

Según mi experiencia, el principal problema que encontramos en las relaciones entre ONGs y empresas es básicamente que se hablan idiomas diferentes. Si las ONGs quieren establecer alianzas y acuerdos con empresas deben aprender el idioma de éstas y trabajar para que las empresas entiendan su idioma. Según mi opinión este es el problema más importante que existe entre ONGs y empresas y una posible solución sería la incorporación de mediadores en las ONGs que entendieran los dos idiomas.

Volver al índice

Sensibilización

Iolanda Fresnillo, Observatori del Deute ¹⁰³

Licenciada en Sociología por la Universitat de Barcelona (1997), Master en Desarrollo y Cooperación Internacional por la misma universidad (2002). Desde el año 2002 es investigadora del "Observatorio de la Deuda en la Globalización" (ODG), un grupo de investigación activista de la Cátedra UNESCO de Sostenibilidad de la Universitat Politècnica de Catalunya, coordinando las áreas de investigación de "Organismos Multilaterales" y "Deuda Ilegítima". En el ODG también es responsable de las áreas de Formación y Comunicación. Es miembro, entre otros movimientos sociales, de la Red Ciudadana por la Abolición de la Deuda Externa (RCADE) y actualmente participa activamente en la Campaña por la Cancelación de la Deuda Externa "¿Quién debe a Quién?"

Para entender el mensaje de la campaña *Qui deu a qui* (quien debe a quien) es necesario definir qué es la deuda externa. Se trata de los préstamos otorgados en los 70 a los países en vías de desarrollo por los bancos privados extranjeros, los gobiernos del Norte e instituciones financieras multilaterales como el Banco Mundial. Estos préstamos han generado una situación de deuda continua y permanente. Recursos que podrían destinarse a educación y sanidad deben ser desviados para pagar la deuda contraída con estos organismos internacionales. Es una situación muy compleja pero en líneas muy generales podría ser resumida así.

Esta situación es el punto de partida del que se genera la campaña de sensibilización y parte de la idea que la deuda es injusta, inmoral e ilegítima porque mantiene ligados y controlados a los países en vías de desarrollo a través de un mecanismo impuesto por los países del Norte. Es inmoral exigir el pago de una deuda antes de que puedan asegurar su supervivencia y el bienestar de la población. Es ilegítima porque estos préstamos se han malversado, se han usado para la compra de armas y para el beneficio de partes pequeñas y selectivas de la población de los países del Sur que ostentan el poder. En definitiva, los préstamos se han dirigido a proyectos nefastos. Es injusta porque ha sido impuesto por unas estructuras económicas neocolonialistas y ha supuesto la imposición de políticas económicas neoliberales.

¹⁰³ Para más información sobre la campaña: www.quiendebeaquien.org

El mensaje de la campaña es recogido de la argumentación que hacen los países del Sur ya que para reclamar el pago de la deuda sólo se tiene en cuenta el valor material del dinero. Desde el Sur reclaman que se tenga en cuenta la deuda ecológica, social e histórica. La campaña busca incidir en todos los aspectos y para ello se enmarca y establece actividades y acciones a todos los niveles. Va dirigida a provocar un cambio a dos niveles, a nivel político y a nivel de actitud de la población al ser más consciente de la situación. La campaña de sensibilización va dirigida a movilizar a la gente para salga a la calle y haga presión política. La campaña surge de una plataforma de 50 organizaciones y se inicia con el lanzamiento de un mensaje que generaba curiosidad *Qui deu a qui*. Se colgaron carteles por todo el centro de Barcelona, generaron curiosidad y dieron a conocer el mensaje, pero el despliegue no fue tan grande como se esperaba. La campaña funcionó mejor en ciudades más pequeñas.

La acción puso las cosas en su sitio y obligó a un replanteamiento del alcance y las posibilidades. Los recursos son limitados por lo que se potenció la creatividad y la imaginación. Se optó por “salir a la calle” cuando sucedieran eventos multitudinarios y, de esta manera, conseguir aparecer en los medios. Por ejemplo, con ocasión de la reunión del G8 en Escocia se organizó un partido de fútbol en la plaza de la Catedral de Barcelona en el que se parodió a un equipo de poderosos perfectamente equipado para la ocasión y un equipo de los países pobres que no iba con el equipo adecuado y estaban en clara inferioridad de condiciones. Con esta acción consiguieron salir en los medios.

Las diversas acciones no siempre fueron exitosas pero cuanto más creativas eran más repercusión tenían. Cuando los recursos son limitados hay que contar con los medios de comunicación y conocer cual es su agenda y su rutina de producción para tener un espacio. Entre otras acciones se organizaron tribunales para juzgar la deuda externa, con la estrategia de readaptar las campañas de publicidad de grandes marcas con mensajes de *Qui deu a qui*. A medida que avanzaban fueron aprendiendo y redefiniendo la estrategia. En un principio lanzaron acciones con la frase *Qui deu a qui* sin estrategia, sólo con la intención de generar curiosidad. Después las acciones fueron encaminadas a seguir con la sensibilización y dar contenido al mensaje.

Del trabajo hecho y que sigue haciéndose con la campaña *Qui deu a qui*, se extrajeron algunos puntos a tener en cuenta:

- Las acciones de sensibilización deben estar integradas en una campaña más global que además de sensibilizar incluya acciones de presión política, investigación, difusión en medios de comunicación, movilización social.

- Los mensajes deben ser propositivos, plantear una situación, cuales son las causas y proponer soluciones.
- Hay que ser consciente de la agenda de los medios y conocer su funcionamiento para crear acciones y mensajes que acaben entrando.
- Cuando los recursos son limitados, la imaginación se agudiza. Cuanto más creativa es una acción o estrategia más repercusión y calado tiene.

Volver al índice

Educación en valores Eduard Cantos, Intermón Oxfam¹⁰⁴

Licenciado en Ciencias Químicas por la Universidad de Barcelona. Máster en Estudios Internacionales de la UAB. En el 2000 realiza el posgrado de Función Gerencial en las ONG de ESADE. Entre 1997 y 2002 fue coordinador a nivel estatal de la campaña internacional 'Ropa Limpia' en SETEM. En la actualidad, es responsable del Área de Participación y Educación de Intermón Oxfam. Es autor de *El porqué del Comercio Justo* (Icaria Editorial, 1998); coautor de *Café amargo* (Icaria Editorial, 1997) y *Deshaciendo la madeja* (Icaria Editorial, 1999) y ha publicado artículos diversos en publicaciones periódicas.

Cuando hablamos de educación para el desarrollo o educación en valores también se incluye la educación no formal o informal entendida como la educación en el tiempo libre. En esta breve exposición voy a tratar un par de ejemplos de educación formal, dentro de lo que sería la educación obligatoria de los chicos y chicas entre 6 y 16-18 años aproximadamente.

Desde Intermón, las acciones que hacemos en la educación formal se centran en plantear y trabajar cómo transmitir valores en el ámbito educativo. Desde hace unos años, ya no hablamos de educación en valores. Hemos cambiado de concepto y la razón es que la educación en valores lo es todo. La escuela en sí misma es un espacio de transmisión de valores, no hemos inventado nada. Cuando se habla de educación para el desarrollo normalmente se habla de temas como la desigualdad, injusticia, globalidad. La educación es entendida como un proceso que no tiene que ser de arriba a abajo sino que tiene que ser un proceso participativo e interactivo. En el proceso los agentes no son el gran maestro que lo sabe todo y los alumnos que lo siguen. Entre los participantes en los procesos de educación al desarrollo se da un intercambio de conocimientos, actitudes y comportamientos.

Para entender mejor cual es el encuadre de Intermón en el tema, deberemos preguntarnos sobre el concepto de ciudadano global. La educación para el desarrollo aspira a formar ciudadanos globales. Con este término haríamos referencia a personas que se indignan ante la injusticia y que se sienten parte responsable de lo ocurrido, no en el sentido culpabilizador sino en el que su acción influye

¹⁰⁴ Para más información: www.intermonoxfam.org

tanto en la comunidad más inmediata como en la global. Son personas que respetan la diversidad y que se sienten parte de un movimiento, de una comunidad en la cual tienen que intervenir. El objetivo de la educación al desarrollo, de la educación en valores, de la ciudadanía global sería aspirar a formar ciudadanos globales, es decir, personas de la sociedad que tienen estas inquietudes.

Esta sería la parte más conceptual, de los grandes objetivos. Estamos en un taller de comunicación, y me siento un poco incómodo hablando de educación como comunicación. Nosotros preferimos hablar de un proceso de educación como de comunicación propiamente dicha. Los materiales tienen que ser claros, didácticos, atractivos, motivadores, implicativos. Pero lo que nos interesa es el proceso que hay detrás, todo el proceso educativo.

Cuando Hildegart González explicaba las tensiones que existen a veces entre departamentos de una misma organización, yo lo puedo corroborar. Estoy en una organización grande donde hacemos muchas cosas. Tenemos un departamento de comunicación y a menudo te planteas el para qué de la comunicación. A veces se identifica con marketing social. Otras con la gente de campañas y sensibilización, de incidencia política, de educación. Las tensiones son bastante permanentes aunque quiero creer que vamos convergiendo. ¿Cual es el origen de esta tensión? Yo creo que este origen tiene mucho que ver con el proceso de educación. Cuando hablamos de acciones de captación, o incluso de sensibilización, tenemos objetivos muy a corto plazo, concretos y medibles, como por ejemplo conseguir un donante, un socio, una adhesión o una firma de una persona que envía una carta de demanda al presidente del gobierno. La educación para el desarrollo es un proceso a largo plazo y a veces los objetivos, todos legítimos, a corto y largo plazo chocan y a veces se confrontan.

Por ejemplo, en un aula trabajamos con los alumnos un determinado concepto durante todo un año. Esta acción no puede ser comparable a la que se realiza mediante un anuncio de TV de 10 segundos en el que se consigue difundir un mensaje que la gente retiene. Los resultados son incomparables porque los canales son en absoluto comparables. Una frase que me gusta mucho y que ilustra muy bien esta cuestión es “en educación no hay gloria”. Y es verdad, no hay momentos de gloria. En educación se da una suma de miles de momentos íntimos en muchos casos. En una campaña sales en la TV y ése sí es un momento de gloria.

Sobre las acciones que hemos realizado desde el programa de educación en valores quiero destacar:

- Una aspiración que teníamos desde hace muchos años y que estamos consiguiendo gracias al trabajo constante y a una coyuntura política favorable es la de entrar a formar parte del Consejo Asesor creado a partir de la aprobación de la Ley Organiza de Educación (LOE), que contempla la creación de una nueva área: el área de ciudadanía. En reconocimiento al buen trabajo realizado en educación durante muchos años, Intermón ha sido invitado a formar parte del Consejo asesor consultivo de creación del currículum. Se trata de un área bastante amplia y contradictoria en algunas cosas, en la que hemos intentado influir. De hecho casi el 90% de los profesores se ciñe a los contenidos del libro de texto para presentar la actividad. Se elaboran muchos Currículums y planes de centro pero al final lo que se acaba contando es lo que hay en el libro. Una de las próximas iniciativas de Intermón es la de colaborar con una pequeña editorial para poder ser autores de parte de los libros del área de ciudadanía. Ya no se trata de un material que puede tener mucha calidad pero que tiene una difusión muy limitada. Se trata de disponer de la red de esta editorial y que llegue a educadores y profesores para facilitarles la correcta transmisión de estos temas.
- En paralelo hemos trabajado cuestiones de creación de corriente educativa. Por ejemplo, la creación de una red de profesores en puntos dispersos de toda España pero también de otros países, que tienen la misma visión de la educación y que trabajan conjuntamente. Hace tres años que iniciamos una actividad en Internet de un mes de duración que se llama CONECTANDO MUNDOS. Se trata de trabajo comunitario mediante materiales que trabajan los temas de Intermón. Ahora, por ejemplo, vamos a trabajar el tema del acceso al agua. Hace dos años tratamos el de resolución de conflictos. Temas en definitiva importantes y vinculados al trabajo de Intermón. Durante un mes grupos de diferentes partes del país trabajan de forma comunitaria y discuten sobre estos temas. Al final del proceso hay un encuentro a nivel nacional. El año pasado se incorporaron por primera vez escuelas de Italia, Portugal, Uruguay y Guatemala. Esta actividad pretende ser una estrategia para promover esta ciudadanía entre el profesorado que lleva varios años y que trabaja conjuntamente en esta red.
- Los alumnos, tanto los niños como los adultos, reciben la información de una serie de fuentes. En el caso de temas como la guerra, los conflictos, los temas medioambientales o la vulneración de los derechos humanos, la información llega a través de los grandes medios de comunicación: TV, radio, etc. Algunos de estos medios lo hacen muy bien, otros no tan bien y son canales que tienen sus limitaciones. Con la creación del material “Global Express: la actualidad en el aula” se pretende ofrecer recursos al profesorado para poder trabajar temas muy mediáticos que el alumno escucha en la radio, ve en la televisión o en Internet. Consta de dos o tres clases, no es un paquete curricular que se trabaja todo el año. La elección del profesor es abierta, depende de

la voluntad de éste y puede ser el profesor de sociales pero también el de matemáticas que dedica una parte de su clase a un tema de actualidad. El material consta de dos partes: 1) la guía del profesor, que permite al profesor preparar el tema (a un profesor no se le puede exigir que sea experto en todos los temas) y 2) las fichas didácticas; y está disponible en Internet. Este material pretende huir de los comentarios de texto. Se utilizan materiales visuales para trabajar en grupo y crear dinámicas de trabajo que fomenten la capacidad crítica y de análisis para poder juzgar los hechos de actualidad. Algunos de los temas tratados han sido la guerra de Irak, la crisis económica argentina, el protocolo de Kyoto, y crisis humanitarias como la de Darfur.

DEBATE

Entiendo que con la creación de la asignatura de Ciudadanía se pretende que la escuela cree a ciudadanos globales en 4 horas por semana. Pienso que es un parche, puede ser un camino pero yo creo que no se forma un ciudadano global en 4 horas semanales y con una asignatura que se llame así.

Estoy de acuerdo, el tema de la educación en valores es un tema nuclear de la propia escuela. Cada escuela tiene su propia ideología, un ideario de valores que rigen su actividad. Incluso cuando los padres eligen un colegio se guía por una serie de valores. Sabemos que unos colegios son más elitistas que otros, que cada uno representa un determinado nivel social. En medio de todo esto, nuestra contribución como ONG es muy pequeña, es un aspecto más. La transversalidad necesaria para hacer ciudadanos es una cosa que tendría que estar presente las 24 horas del día. La ciudadanía tendría que estar impregnada en todo. Nosotros teníamos miedo que se convirtiera en una asignatura de las fáciles, de las que todo el mundo aprueba y esto también puede ser un riesgo. Yo creo que el principal riesgo es que se parece y sea una cosa que realmente no esta impregnada. Aún con todos estos riesgos hicimos la reflexión de que ahora tenemos este espacio y es una buena excusa para continuar el trabajo. Además, en el caso de los profesores que llamamos Quijote o francotiradores, el típico, y a veces único profesor con interés por estos temas, se monta su propia guerra en el aula de forma independiente. El hecho que haya una asignatura así estructura más estos temas. Otro tema importante aunque supone un enorme volumen de trabajo es el de auditar los materiales didácticos porque a menudo surgen problemas como el tratamiento del género, cómo se plantea la historia, el uso de las imágenes. En definitiva, se trabaja a dos niveles. Por un lado está la elaboración de los libros del área de Ciudadanía para trabajar estas 4 horas y, por otro lado, se supervisan y chequean los contenidos de otras materias.

Si se trabaja con libros, ¿cómo se va a trabajar la actualidad?

Se trata de cosas complementarias, materiales como el “global Express” se puede descargar a través de Internet. De hecho, con el material que preparamos sobre Irak hubo 13.000 descargas durante un mes. Se trata de facilitar un recurso para trabajar temas de actualidad.

¿Es un material subvencionado des d’Educació de la Generalitat de Catalunya?

Cuando se comenta que hay ONGs que no tienen proyecto o planificación, el problema de fondo que yo detecto es un problema fundamentalmente de recursos. Se trata en muchos casos de organizaciones con una cierta precariedad y dependencia de subvenciones públicas. La edición de material educativo acostumbra a ser fácilmente cofinanciada. Si te mueves un poco consigues dinero para hacer un material. La dificultad está en la continuidad. En Intermón, al tratarse de una ONG más grande y con una base más amplia, tenemos la ventaja de tener recursos propios y no depender tanto de las subvenciones. Eso nos permite planificar y trabajar más a largo plazo, la subvención se convierte en algo complementario. El Global Express sale en formato electrónico lo que resulta más barato. Si en alguna ocasión se cuenta con recursos, se podría hacer una distribución en papel. En definitiva, la precariedad de recursos dificulta la continuidad, esto es habitual en las ONGs. Pero en la elaboración de material educativo es todo un clásico.

Quería apuntar que muchas veces en las subvenciones hay un tanto por ciento dedicado a educación y a sensibilización y muchas veces no se solicita. Hay menos proyectos en esta área que en cooperación internacional. Aun así, se hace menos, yo creo que es cuestión de prioridades. Como siempre se ha dedicado mucho a proyectos en origen a este tipo de proyectos en educación y sensibilización no se les ha dado demasiada prioridad.

Atendiendo la evolución de las ONGs en los últimos 20-30 años, podríamos decir que la educación para el desarrollo ha dejado de estar en auge y que ahora quizás se está trabajando más en campañas de incidencia. Intermón hace 20 años que trabaja en educación para el desarrollo. Tenemos evaluaciones de actividades, como Conectando Mundos, en las que hacemos una valoración junto con el profesorado, el alumnado. Son evaluaciones bastante exhaustivas aunque no dejan de ser evaluaciones a corto plazo. Los centros que ya llevan tres años permiten hacer un seguimiento. Pero claro, nuestro objetivo es hacer ciudadanos globales, de influir en actitudes, creencias, valores como la justicia, la solidaridad etc. Los jóvenes que ahora tienen 25 años ¿son más globales? ¿Cual es nuestra contribución, la de las ONGs? Se trata de un tema muy complejo. Deberíamos pensar si nuestra sociedad en relación a la de hace 20 años es más solidaria y justa que antes. La respuesta es compleja aunque sí que podemos constatar una evolución. Hay gente que se ha implicado y se han unido como voluntarios, que han seguido participando. Yo creo que

hablar de ciudadanos globales tiene un fallo, porque cuando hablas de global parece que te olvidas de lo local y eso es muy importante. Sería incoherente que alguien que se siente parte del mundo y de los problemas globales crea en el ahorro de luz porque tiene un efecto sobre el CO2 de la atmósfera que afecta a todo el planeta, pero que luego sea una persona insensible que no se involucre ni se preocupe en lo local. Sería contradictorio y perjudicial que se diera esa imagen. Y por eso hemos insistido en el aspecto local, pues hay que estar involucrado en los temas de la comunidad. El término quizás no es el mejor y surgen alternativas como ciudadanía activa, aunque también tiene su fallo porque se relaciona con el activismo. Lo mejor quizá sería no poner adjetivo, hablar de ciudadanos y ciudadanas pues la palabra ya tiene mucha fuerza.

Volver al índice

Comunicación y nuevas tecnologías

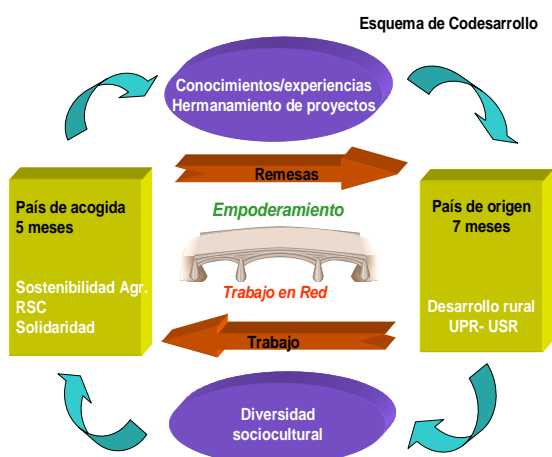
Forum Virtual, una herramienta de comunicación y construcción para la Red de Agentes de Codesarrollo

Maria Peix, Agricultores Solidarios

Licenciada en Geografía e Historia por la Universidad de Barcelona y educadora social. Master en Elaboración y gestión de proyectos internacionales en la Universidad Pontificia de Brasil y Especialista en evaluación de proyectos internacionales por la Universitat Oberta de Catalunya. Cuenta con una amplia experiencia en educación popular y en la formación de adultos y adolescentes. Desde el 2003 es la coordinadora del Programa de Desarrollo de la Fundación Agricultores Solidarios.

La experiencia del Forum Virtual de la Red de Agentes de Codesarrollo de Pagesos Solidaris es un instrumento creado para facilitar la participación de los agentes en el marco del enfoque de codesarrollo circular de la entidad y promocionar el trabajo en red.

El codesarrollo circular de Unió de Pagesos - Pagesos Solidaris se sintetiza en la esquema siguiente:



El tránsito de temporeros y temporeras inmigrantes entre dos comunidades provoca la circulación de dos flujos paralelos:

Un flujo económico, los temporeros aportan trabajo para el sector agrario del país de acogida y reciben un salario que en gran parte se convierte en remesas para sus familias. Por otro lado tenemos un flujo más intangible, el intercambio de conocimientos y experiencias.

Ambos flujos potencian el desarrollo de las comunidades. Por un lado en los países de acogida, el trabajo de los temporeros/as contribuye a la sostenibilidad del sector agrario y potencia dinámicas de solidaridad al aproximar a la ciudadanía las realidades de las comunidades más desfavorecidas y vulnerables. Por otro lado, en las comunidades de origen, las remesas, la acumulación de experiencias y conocimientos vividos o adquiridos así como la dinamización y el hermanamiento de proyectos facilita el desarrollo local.

Este enfoque de codesarrollo construye un puente entre dos comunidades sustentado con el trabajo en red y el empoderamiento.

En el flujo de personas que se origina en este marco de trabajo sugen experiencias destacadas de temporeros especialmente activos y fuertemente comprometidos con las necesidades de su comunidad. Los inmigrantes que más se implican en el proceso de desarrollo en sus comunidades de origen reciben una formación específica como agentes de codesarrollo.

Los y las agentes de codesarrollo promueven la reflexión, impulsan grupos y dinamizan procesos comunitarios e iniciativas colectivas. También, son los interlocutores entre las dos comunidades, la de origen y la de destino.

A finales de 2004, los agentes de codesarrollo de Pagesos Solidaris de Marruecos, Colombia y Rumania forman una red con el objetivo de “facilitar y fortalecer el desempeño integral de los agentes de codesarrollo de PS para mejorar la calidad de vida de las comunidades menos favorecidas (municipios o regiones) a través de la creación de espacios para el intercambio, formación, integración y participación de los miembros de la Red.”¹⁰⁵

A través de esta red transnacional se potencia el intercambio de ideas y experiencias, se sociabiliza información y se gestionan procesos de forma participativa.

Las herramientas usadas por la red son: el *Forum Virtual*, los *Comités de Trabajo* (de reflexión y organización), los *Encuentros de Agentes* y los *Fondos Económicos*.

¹⁰⁵ Objetivo construido por los y las agentes de codesarrollo en el Encuentro de agentes de Colombia en abril del 2005.

El Forum es un espacio virtual de encuentro de los y las agentes de codesarrollo, que en un inicio funcionó como un “e-mailing group” para el cual se constituyó un comité encargado de dinamizarlo.

Los agentes y las técnicas de PS actualmente utilizan el Forum para:

- divulgar y sociabilizar información,
- intercambiar reflexiones y puntos de vista,
- facilitar la gestión participativa a distancia.
- Apoyo múntuo

De esta manera, el Forum virtual constituye un **espacio de relación transnacional** que refuerza la **democratización de la información**, los procesos de **empoderamiento** y la **práctica de la gestión participativa**.

El Forum Virtual ha permitido que los y las agentes de Rumanía, Colombia y Marruecos mantengan un contacto directo y frecuente entre sí durante la estancia en su país de origen así como el seguimiento del trabajo en red.

El Forum ha servido para intercambiar experiencias muy diversas en función de las necesidades coyunturales de cada agente y de las circunstancias de las comunidades. Algunos agentes han usado este espacio para compartir logros y dificultades, otros para sentirse apoyados desde otras comunidades, también para animarse los unos a los otros y enviarse opiniones que han generado narrativas, debates y reflexiones alrededor de la diversidad cultural.

El Forum ha sido así mismo el espacio a través del cual se han organizado de forma colectiva los Encuentros de Agentes en origen. En este caso, el Forum ha servido para hacer efectivo un proceso participativo a distancia. Por lo tanto cabe destacar la función del Forum como espacio de toma de decisiones y de construcción grupal.

Finalmente, de forma paralela y transversal, todos estos procesos han facilitado la formación y afloramiento de líderes.

El papel de la Fundación Pagesos Solidaris en el Forum a sido doble, al encargarse en primer lugar de la dinamización de los procesos de gestión participativa y en segundo lugar de la divulgación e información de utilidad para los agentes de codesarrollo. La difusión informativa se ha centrado en los procesos, los criterios y las actividades promovidas por la entidad.

PS desempeña por tanto una función de facilitador de estos procesos ejerciendo como dinamizador de los mismos, mientras que la toma de decisiones y la construcción de la red es dirigida exclusivamente por los agentes.

La articulación del Fórum ha implicado la formación de los participantes en gestión participativa, una formación que además se ha ido retroalimentando a lo largo de los procesos recorridos hasta el momento. Desde su creación, el grupo ha tenido que enfrentarse a la práctica de construir un sistema participativo de gestión donde la formación-reflexión ha tenido un rol fundamental.

PS percibe su papel de facilitador en etapas iniciales, pero a lo largo del proceso va dejando este rol con el fin de que el Forum y la red vayan construyendo su propia autonomía.

Se han realizado dos evaluaciones con metodologías participativas. En ellas, han surgido diversas reflexiones sobre el proceso y los resultados obtenidos, de manera que se ha enfatizado en el análisis y la comprensión de la participación de los agentes en el Forum.

En las conclusiones, sobre la participación de los agentes en el Forum se distinguen claramente dos roles. Por un lado existe un núcleo constante y activo, y por otro, un grupo que ni participa ni hace uso del mismo por las causas expuestas posteriormente.

Constatamos sin embargo que parte de este grupo no activo en el forum sí lo es en el resto de espacios de la red, tales como el encuentro de agentes, o el fondo económico. En la red también se usan otras formas de comunicación como los volantes, cartas, mensajes SMS y el teléfono.

Las evaluaciones señalan como principal causa del disparate nivel de participación de los agentes:

- a) Escasa implantación geográfica del internet, algunos de los agentes no pueden acceder al Forum desde sus comunidades, viéndose obligados a desplazarse a localidades vecinas. Además, en algunas comunidades las conexiones de internet se interrumpen frecuentemente.
- b) La lista de correos electrónicos o “e-mailing group” se considera una herramienta no del todo adecuada a las necesidades del Forum, esencialmente por dos razones:
- c) Problemas técnicos, como por ejemplo que algunos miembros del grupo no reciben algunos mensajes, o bien tienen cuentas con poco espacio (MB), factor que limita su capacidad para recibir la totalidad de los mensajes.
- d) La lista de correos exige una fuerte inversión de tiempo por parte de los dinamizadores de los procesos de gestión participativa.
- e) Escaso dominio del uso del computador por parte de un grupo importante de agentes.

- f) Carencia de hábito de participación constante.
- g) El sentimiento de pertenencia a la red se está construyendo y algunos agentes todavía no lo comparten con el resto de la agrupación.
- h) Algunos de los temas tratados en el Forum no interesan de forma inmediata a todos los agentes. Algunos miembros no se vinculan a las reflexiones que no comporten/aporten resultados directos a su práctica comunitaria.

Frente a esta realidad han surgido diversas acciones y reflexiones:

Puntos de Información y Comunicación, una manera de acercar la tecnología a la comunidad

Se potencian los Puntos de Información i Comunicación, los denominados PICs. Los PICs son espacios comunitarios equipados con un ordenador y acceso a Internet, con el objetivo de facilitar la participación de los agentes de codesarrollo al Forum de la red, al tiempo que se ofrece un espacio de comunicación, información y posible formación para la comunidad; se trata de espacios gestionados conjuntamente por los agentes de codesarrollo y las personas de la comunidad.

En Rumania se han instalado dos PICs al norte del país. Estas experiencias han demostrado el potencial social de la propuesta, pues el proceso de gestión ha propiciado una nueva dinámica comunitaria en la que el PIC se ha convertido en un núcleo vertebrador de futuras iniciativas.

Participa 1.0, una nueva herramienta de gestión participativa

Pagesos Solidaris realizó un estudio sobre las diversas herramientas y software telemáticos de uso en la actualidad con el objetivo de seleccionar e incorporar el más adecuado a las necesidades y a las características del Forum Virtual de la red de agentes.

Se optó por entrar en contacto con la Asociación Vegga, entidad que tiene como eje central la participación y ha desarrollado un software telemático para facilitar la gestión participativa virtual denominada Participa 1.0.

La Asociación Vegga ha adapta Participa 1.0 al Forum Virtual de la Red de Agentes con sus tres funciones esenciales:

- Compartir información: documentos variados y materiales gráficos
- Intercambiar experiencias, reflexiones, etc.
- Realizar procesos de gestión participativa para la construcción colectiva de conceptos, estrategias, etc y la organización de actividades.

Formación, elemento indispensable para la participación

La incorporación y adaptación de una nueva herramienta para el forum virtual es un proceso lento. Este proceso comprende su diseño y posterior prueba, así como la formación dirigida a las personas usuarias (tanto a las técnicas de Pagesos Solidaris como a los agentes de codesarrollo).

Hasta el momento se ha adaptado el software a la red y se ha realizado la primera formación tanto para los técnicos gestores como para los agentes. Sin embargo es necesaria una formación más avanzada para el uso de la herramienta, motivo por el cual se continúa usando la lista electrónica de agentes como herramienta paralela hasta que finalice este proceso de formación.

La formación se realiza en Catalunya y en el país de origen.

La construcción colectiva es la base para el sentimiento de pertenencia y la apropiación de la red

La Red de Agentes de Codesarrollo de Pagesos Solidaris ha surgido como un espacio de construcción colectiva. Los miembros de esta Red han ido definiendo sus objetivos, herramientas y procesos de forma participativa.

Pagesos Solidaris, por su lado, ha actuado como facilitador de los procesos.

El sentido de pertenencia es un elemento esencial para cualquier proyecto colectivo, de la misma manera que lo es para la Red, pero este sentimiento se genera a partir de una propuesta y una práctica colectiva donde todos los miembros del grupo pueden sentirse parte de ellas. El sentido de pertenencia requiere -por lo tanto- un proceso de construcción y de alimentación, y la Red aún no ha encontrado este punto.

A lo largo de las reflexiones de los agentes sobre el Forum virtual surgieron dos discusiones esenciales para la construcción de la pertenencia entre los miembros del Forum:

- ¿Quién forma parte del Forum?

En un inicio todos los agentes se inscribieron al Forum virtual. Esto hizo que algunos de ellos entendieran la participación como una condición *sine quanon* para ser agente de codesarrollo de PS. Posteriormente, el escaso uso del Forum por parte de algunos miembros, dio lugar a una discusión interna en el grupo que, finalmente, desembocó en el establecimiento del carácter voluntario de la participación. Desde entonces la red se ha apropiado de la idea de no obligatoriedad de participación ni en el Forum ni en la red.

Durante un período de tiempo, los agentes se exigían participación, aunque PS lo presentara como un espacio *voluntario* y complementario al agente.

- ¿Cuáles son los compromisos para participar en el Forum? Derechos y deberes.

En algunas ocasiones se llegó a proponer que fuera obligatorio escribir mensajes o participar en la toma de decisiones del Forum, pero el propio grupo acabó calificando al Forum como una herramienta voluntaria para el uso de los agentes. Esta reflexión condujo a que muchos de los implicados percibieran la no participación en los procesos de decisión como una pérdida de derechos, y de que todo derecho comporta un deber. Es decir, si se quiere participar en la toma de decisiones, se debe adquirir un compromiso con el forum.

Por otro lado, paralelamente a la pertenencia, surge el tema de la apropiación de la red. Esta es un espacio de los agentes, no de Pagesos Solidaris. No todos los agentes han interiorizado este concepto y, por esta razón, todavía no se ha construido el sentido de pertenencia ni de apropiación. Existe un núcleo vertebrador que trabaja en busca de una autogestión total de la red, mas no todo el grupo sigue el mismo camino.

Indagando sobre el futuro, podemos decir que la red se puede convertir en una entidad independiente totalmente gestionada y dinamizada por los y las agentes de codesarrollo.

Conclusiones

El Forum Virtual de la Red de Agentes de codesarrollo de Pagesos Solidaris abre un espacio de comunicación y de construcción colectiva virtual, a través del software Participa1.0. Con ello, se refuerzan el empoderamiento, la construcción colectiva y la democratización de la información.

A pesar de la gran riqueza que supone disponer de una herramienta que facilita una relación transnacional, los espacios presenciales y los virtuales deben combinarse en busca de un equilibrio para la red.

Volver al índice

La Red de Agentes de Codesarrollo Clara Inés López, Agricultores Solidarios.

Agente de codesarrollo desde hace tres años en Choachí (Cundinamarca, Colombia), donde ha impulsado la creación de una cooperativa de producción de Granadilla junto con 3 agentes más. Como líder comunitaria, actualmente está impulsando una iniciativa piloto de mejora de la formación en una escuela rural, en la que trabaja de manera conjunta con los padres y madres de los alumnos, los profesores y otros agentes de codesarrollo de la comunidad.

"La organización comunitaria es de vital importancia para el desarrollo de los pueblos."

Lo anterior nos lleva a pensar que el trabajo en equipo genera mayores posibilidades de éxito puesto que dos pueden alcanzar más que uno, por tanto es de vital importancia que las comunidades se agrupen y organicen para aunar ideas y fuerzas en busca de acciones que conlleven a obtener un bienestar colectivo para mejorar la calidad de vida de las personas.

El Codesarrollo dinamizado por los Agentes de Codesarrollo y los Agentes de Desarrollo promueven la capacidad de acción de las comunidades a partir del apoyo mutuo y solidario, en la realización de pequeños logros para alcanzar grandes proyectos.

Pero, ¿qué es un Agente de Codesarrollo?

Es un miembro de la comunidad que conoce la realidad de su entorno y está comprometido con ella, el A.C. es un temporero (a) que a seguido un proceso de formación y que por tanto está en capacidad de dinamizar una comunidad.

El A.C. es gestor de intermediación y relación con las asociaciones y/o grupos de origen.

Ser A.C. no es fácil por que se requiere de estar comprometido consigo mismo, con la comunidad y con las organizaciones que ofrecen ayuda.

Son los A.C. quienes tienen que soportar la dificultad de las distancias (kms) que separa las comunidades en origen y es que para realizar un buen trabajo el A.C. debe ser constante y emprendedor.

La dificultad más grande quizás son las distancias, esto por que dificulta el desplazamiento e

incrementa los costos para realizar las jornadas de capacitación, es la situación por la cual se ha decidido unirnos en la red. A través del forum virtual, los A.C. y A.D. hacen propuestas, aportan ideas, se discuten las diferentes situaciones y se toman decisiones.

Es un nuevo ejercicio en el grupo que ayuda a disminuir las distancias y que permite tomar decisiones sin importar si el A.C. esta en el país de origen o en el país de destino.

Lo importante es que ya se ha logrado realizar encuentros presenciales en origen, organizados a través de la red y del forum virtual y los resultados han sido muy buenos.

Hoy por hoy el proceso de desarrollo comunitario exige que reforcemos la capacitación para fortalecer el compromiso y la perseverancia del A.C. en los procesos participativos que suelen ser voluntarios y de resultados lentos.

Volver al índice

Nuevos espacios para la comunicación

Mescladís. Ignacio Fontclara - Martín Habiague¹⁰⁶

Mescladís es una iniciativa social que se lleva a cabo en el Casc antic de la ciudad de Barcelona impulsada por la Fundació de Ciutadania Multicultural. En Mescladís se imparten talleres de cocina del mundo a grandes y pequeños, quienes a través de actividades culinarias tienen la oportunidad de conocer a sus vecinos, aprender sus recetas y saber cómo viven y cómo se han adaptado al barrio. Hasta la fecha, 116 personas han participado en estos talleres. Mescladís es también un local donde se pueden encontrar platos regionales y postres de varios lugares del mundo. Como explican sus creadores, la tienda convierte el lugar en “un espacio normalizado donde acuden todos los vecinos”, participen o no en los talleres.

(Martín Habiague) Nosotros trabajamos en el tema de la comunicación a través de la cocina. Utilizando como lenguaje la cocina nos movemos en el territorio de la inmigración.

Todos sabemos que el paisaje urbano en Europa en general, en España y en Barcelona, en particular, cambió de forma radical en los últimos años. Hay nuevos olores, nuevos sabores, nuevos ruidos. Nuestra intención es crear puentes entre los distintos colectivos de inmigrantes que están aquí en Barcelona y la gente de Barcelona de toda la vida.

En algunos casos se puede encontrar con que falta el equipamiento necesario para gestionar un cambio tan importante como el que se ha dado a nivel social en Barcelona. Nuestra propuesta es a través de la cocina y la usamos por diferentes motivos:

- Porque es un vehículo de representación y de intercambio muy poderoso,
- Porque si queremos ilustrar la oportunidad que tenemos con la diversidad en la que vivimos en Barcelona, y en el barrio Sant Pere que es nuestro barrio. Una manera interesante de ilustra y mostrar cómo nos enriquecemos mutuamente, viviendo y compartiendo el mismo espacio, es a través de la cocina.
- Porque, viniendo en mi caso de un país de inmigración como es Argentina, de generación en generación uno cambia la manera de vestir, uno puede cambiar incluso de religión, de idioma pero algo que trasciende de generación en generación es la cocina.

¹⁰⁶ Mescladís. Pl. Sant Pere, 5. Barcelona. Tel. 93 295 50 12

De por sí era un tema interesante para incorporarlo en un proyecto que trata la inmigración y los niños. Trabajando con niños la cocina resulta una herramienta muy poderosa, no sólo para trabajar el tema de la diversidad, si no también para utilizarla como refuerzo escolar, porque la cocina tiene cálculos, tiene química, tiene comprensión de textos, etc. Además permite viajar por el mundo y conocer distintas culturas, conocer mejor a tus vecinos y a tus compañeros de escuela. Además la cocina está vinculada a nuestros sentimientos más genuinos y que tienen que ver con la infancia. Al usarla como una herramienta de sensibilización podemos conectarla con los sentimientos que desarrollamos alrededor de una mesa de cocina.

Es interesante generar ese encuentro que nosotros proponemos desde Mescladís, con algo que todos tenemos en común, todos de una u otra manera, crecimos alrededor de una mesa de cocina y, a partir de lo que tenemos en común, podemos ver las diferencias que tenemos y cómo esas diferencias nos enriquecen. Esa es nuestra propuesta.

Tomando Barcelona como ejemplo, nos vamos cruzando por el barrio, pero no necesariamente nos encontramos. Lo que nosotros hemos hecho es proponer un lugar de encuentro pero abierto a todos los vecinos de la ciudad, para que con la excusa de cocinar, nos pongamos en contacto, nos conozcamos y, a partir de ese contacto, el sueño que hay detrás, es que ese contacto elimine ciertos prejuicios, ciertos estereotipos que en general están basados en el desconocimiento. No conocemos, entonces nos podemos inventar algunas ideas que no tienen que ver con la realidad, sobre todo en un tema como es la inmigración. Está dentro de un contexto legal que te puede etiquetar para el que llegar de entrada como ilegal, además los medios de comunicación, con mucha más frecuencia de lo que debería, lo vincula con el tema de la delincuencia. Cuando hay una percepción a nivel social de inmigrantes que nos vienen a quitar nuestra fuente de trabajo y una serie de prejuicios y falsas creencias, desde Mescladís, pensamos que traer un tema que nos unifica, que nos llena de nuevos sabores, que nos hace disfrutar y nos da gustito como es la cocina, es una buena herramienta para hacer un aporte a la cohesión social del barrio.

Nosotros combinamos una serie de actividades que las podríamos reunir en dos ejes. Un eje horizontal que es donde hacemos hincapié en el tema comunicación y que es un eje cultural, pedagógico, educativo y que tiene como objetivo crear un clima integrador desde el respeto mutuo, basado en el conocimiento, en la valoración de los distintos orígenes. A partir de ese encuentro que se da respetando desde donde viene cada uno, en ese encuentro necesariamente, aunque no lo quisiéramos, se genera algo nuevo.

Eso lo hacemos a través de talleres de cocina para niños, donde participan niños del barrio y tenemos una muy buena representación del barrio. Van niños que son hijos de catalanes, de marroquíes, argelinos, argentinos, colombianos, chicos que van a la escuela privada, a la concertada, a la pública. Lo que es el barrio esta bastante bien representado en los talleres de cocina para niños.

Utilizamos la cocina como un refuerzo escolar y todas las semanas o casi todas las semanas tenemos algún cocinero invitado, que son o cocineros profesionales o madres de alguno de los niños, o vecinos del barrio. Nosotros reivindicamos el saber hacer en la cocina como algo que uno ha incorporado a través de nuestras madres o de nuestras abuelas, es ese saber hacer el que de alguna manera compartimos. Vienen les cuentan cual es su historia, cual es la historia del plato, con qué tipo de festividades esta relacionado, lo preparamos, lo cocinamos, los chicos lo prueban, lo comen, lo llevan y lo comparten en sus casas con su familia.

Tenemos también actividades para la tercera edad en un taller que se llama Cuiarte, porque combina sesiones de artesanía con temas relacionadas con la cocina y sesiones de cocina. Con gente mayor también hacemos actividades intergeneracionales, donde los niños que participan en los talleres de cocina, los más grandes y adolescentes que participan en un programa especial que tenemos, son los cocineros invitados en el taller de la gente mayor y, a su vez, la gente mayor participa en los talleres de los niños como una manera de generar ese intercambio y ese encuentro.

Tenemos un proyecto con adolescentes, estamos trabajando con un grupo de nueve adolescentes que son menores que llegaron por agrupación familiar o que están en centros de acogida. En algunos casos no tienen papeles y en algunos casos tienen permiso de residencia pero no permiso de trabajo. Hay gente que no conoce cómo funciona el sistema y es bastante nefasto, incluso será más duro y diré hijoputesco porque convivimos en un estado que te acepta. Uno puede cuestionar, discutir si el estado tiene o no el derecho de aceptar o no aceptar más gente. Esa es una discusión que uno puede llevar y es una discusión que se da en Europa y en todos los países, que ponen cupos o límites a la entrada. Lo que es difícil de aceptar es un estado que te dice sí puedes vivir aquí con nosotros, tienes un permiso de residencia pero no puedes trabajar, estas obligado a la mendicidad o a la subvención que yo te dé o al tirón en la calle. Y esa es la situación que viven muchos adolescentes y menores que vienen aquí no acompañados o que llegan por reagrupación familiar, se encuentran esa frustración añadida a las muchas frustraciones que tienen que pasar.

Nosotros somos un pequeño emprendimiento, estamos trabajando con nueve menores con un proyecto que tiene un año de duración. Les vamos a formar en temas relacionados con la hostelería

con la idea de facilitarles el acceso al mercado y colaborando con los centros de acogida y con el sector hostelería, tratar de facilitarles el acceso a un contrato de trabajo que les dé el permiso de trabajo y les dé el acceso al mercado.

Estas iniciativas educativas las reforzamos con una publicación que se llama El Convit en catalán, El Convite en castellano que es la acción de compartir la mesa, de invitar a alguien a comer y es una revista que hacemos cada 6 meses. Ha salido el primer número y tenemos la intención de hacerla desde la mirada de los niños, los adolescentes. Estamos por empezar un taller de fotografía para niños de entre 11 y 16 años con la idea de que ellos sean el equipo de reporteros que vamos a tener para cubrir distintas actividades.

En este primer número los niños entrevistaron alguno de los cocineros, como es el caso de Nacho que participó como invitado en alguna de las sesiones. Hay colaboraciones de algunos periodistas que nos dieron una mano y cuentan el proyecto y hay colaboraciones de distintas entidades como Amnistía, Caritas y demás que colaboraron tratando de ilustrar algunas de las claves que tienen que ver con el tema de la inmigración.

Ese es el eje educativo pedagógico que intentamos abordar. Pero la integración real se da cuando uno tiene los pies en el mercado, tiene un contrato de trabajo en condiciones de igualdad con la gente de aquí, o sin necesariamente, tener que haber diferencias entre hombre o mujer, que las hay. O entre ciudadanos de aquí o inmigrantes que también las hay. Queremos hacer un desarrollo en un modelo de economía social tomando en cuenta estos elementos. Todo esto tiene que ver con la valorización de una marca que hemos creado, que es Mescladís. Es lo que nos hace a nosotros ser un espacio auto sostenible y no tener que depender de subvenciones, lo cual es interesante porque nos da la libertad de poder innovar y hacer cosas nuevas en un territorio tan necesario cómo es el de gestionar la inmigración.

Es importante tener esa capacidad de innovar y nosotros permitimos y nos lo vamos a permitir más cuando consolidemos del todo nuestro espacio generando nuestro propio ingreso. Y eso lo hacemos con una tienda que además cumple otra función, no sólo la de ser un espacio auto sostenible sino que lo normaliza, Mescladís es un espacio donde va todo el barrio porque ofrecemos un buen servicio. Les guste o no les guste lo que hay detrás de ese proyecto, la gente va y les guste o no entran en contacto con las actividades que desarrollamos, porque suceden en el mismo espacio y nosotros nos encargamos de contarlas y además, esta la revista y realizamos proyectamos mientras la gente come con fotos de las actividades que hacemos en los talleres.

La idea es que funcione como fue la idea original de las tiendas de comercio justo, que en el momento de hacer una compra yo me entero de la relación Norte-Sur, desigualdades, de explotación infantil, de condiciones de trabajo... La idea de Mescladís como tienda es similar, nosotros queremos sensibilizar con temas relacionados con la inmigración, la multiculturalidad que son nuestros ejes de trabajo.

Tenemos productos de comercio justo, queremos vincular toda nuestra producción con cooperativas, en emprendimientos que haya a nivel local y de codesarrollo, para usarlo como un espacio de distribución de este tipo de productos, en línea con el movimiento Slow Food.

Desde un modelo de economía social, con la gente que nosotros formemos queremos crecer y desarrollar estos espacios barriales en otros barrios. Además, queremos hacer formación ocupacional que ya estamos haciendo con estos adolescentes, pero además dando nosotros una salida a esto, armando líneas de productos, haciendo catering que ya lo estamos haciendo y poniendo en marcha nuevos emprendimientos.

Nacho participó en los talleres de los niños, también ha sido monitor de talleres para adultos, porque tenemos actividades para adultos que son de pago. Entre la tienda, las actividades para adultos y los talleres nosotros subvencionamos lo que hacemos con adultos, lo que hacemos con adolescentes y lo que hacemos con tercera edad, y así arreglamos nuestras cuentas, a nivel administrativo.

Nacho, además de ser responsable de todos los proyectos gastronómicos que tenemos dentro de Mescladís, participa en los talleres para niños como cocinero invitado y participa como monitor en los talleres de adultos.

(Nacho Fontclara) Soy Nacho Fontclara, soy parte de este pequeño proyecto, soy un profesional de la hostelería.

Yo me encuadro en este proyecto de la siguiente manera, mi padre era empresario de la hostelería y mi madre es una trabajadora social, ellos están divorciados. Para mi este proyecto es una especie de unión, porque de alguna forma les dio la mano para que se volvieran a unir.

Martín explicó el eje transversal de todo este proyecto, lo que cruza y que es la razón de ser, el proyecto social. Pero este proyecto no se entiende desde un solo ángulo que sería el proyecto social, sino que se entiende desde dos ángulos que pasan a ser uno mismo que es el caso de la

oferta gastronómica. Para que se entienda, nosotros somos una empresa de hostelería, en el espacio donde nosotros nos movemos que es donde se realizan todos los cursos, los talleres de niños, los talleres de la gente de la tercera edad, etc. En ese espacio tenemos una tienda en la que ofrecemos una gastronomía profesional, que intentamos poco a poco, porque llevamos menos de un año y creo que hicimos ya muchas cosas, que sea sostenible y aportar un punto de vista distinto y más fresco.

Hacemos lo que llamamos cuina catalina, que sería una mezcla de cuina catalana y la cocina de América Latina. (Vídeo preparando una receta).

A partir de un plato peruano, la causa limeña que hemos reconvertido en la causa catalana, lo preparamos en un programa de TV que se emite por BTV que es parte de la Xarxa de TV locals. La cocina catalina es el resumen de la cocina que hacemos en Mescladís, no es una fusión de gastronomías, que es lo que se escucha últimamente, nosotros respetamos las recetas originales, lo único que hacemos lo integramos.

El lenguaje de Mescladís a través de la cocina es el lenguaje de la integración. Yo me denomino Cataguayo, porque soy una mezcla de catalán y paraguayo. Intentamos que la gastronomía que nosotros hacemos sea integradora. Desde el punto de vista empresarial, la hostelería en ciertos niveles tiene un punto de elitista, nosotros elegimos ese lenguaje integrador.

La cocina tiene un medio que es la mesa, donde nos sentamos alrededor, estamos obligando a la conversación, a parar el ritmo, eso es lo que buscamos por medio de Mescladís. Y ¿cómo lo hacemos? Con la gastronomía que ofrecemos en la tienda, con los talleres de los niños, que hacen un trabajo manual y si te gusta la cocina te abre muchos mundos como el cine, la lectura, etc. Los niños cuando acaban de cocinar, se sientan a compartir una mesa, que es algo muy complicado hoy en día porque papa trabaja, mama trabaja, porque tienen distintos horarios.

Dicen que cocinar hizo al hombre, a partir del fuego el hombre se empezó a agremiar, y empezó a compartir recetas. Buscamos eso, reducir dos tiempos para poder compartir y comunicarnos.

(Martín) Este proyecto empezó como una presentación en Power Point donde se planteaba unas iniciativas y unas hipótesis y que nos propusimos llevar a la práctica y hemos ido aprendiendo, porque hay cosas que funcionan y otras que han funcionado menos. Para ello, hemos ido recogiendo las opiniones y voy a compartir algunas con ustedes.

A los padres les preguntamos, como vecinos del barrio, qué les parece nuestra iniciativa, porque tenemos una participación importante de los padres, no sólo llevando los niños, sino participando como cocineros y demás.

Dicen:

“El taller es didáctico y les enseña valores como el trabajo, compañerismo, etc. Creo que es positivo para ellos.”

“Es una auténtica iniciativa de barrio, se establecen vínculos sociales interesantes y además creo que es importante para la educación de los niños, aprender y practicar con la cocina. Es bueno que se les explique qué comer, qué es saludable y la nutrición en general”

“Muy bueno porque da la oportunidad de experimentar otras culturas”

Las opiniones de algunos niños que han participado en los talleres:

“Aprendí culturas de otros países y cocina”

“Aprendí de donde vienen y cómo se preparan distintos platos”

“El curso ha ido muy bien, me gustó hacer nuevos amigos y cocinar arepas”

“Súper bien, me gustó el cuscus porque era muy bueno”

Para terminar, déjenme compartir con ustedes lo que llamamos la fórmula Mescladís:

Pones una olla grande de barro o de hierro grueso, lo cocinamos a fuego lento con tiempo, método y dedicación. Entre charlas de cocina e historias aromatizadas, convertimos algo tan trivial como comer en una ocasión inolvidable. Un momento de encuentro al conjuro de los aromas. Destape la olla y saldrá una flagrante columna de vapor que al elevarse al cielo nos embriaga de olores y paisajes que nos llenan de recuerdos y memorias de nuestra infancia y de nuestra gente. Emociones que al calor de nuevos aires, al encuentro de nuevos sabores nos redefinen y enriquecen, creando así un plato capaz de hacer de la diferencia una virtud y de la diversidad una oportunidad.

Volver al índice

Reflexiones desde origen alrededor de los procesos comunicativos. Méjico.

Jorge Martínez Ruiz, antropólogo especialista en comunicación para el desarrollo.

Antropólogo social, pionero en el campo de la comunicación para el desarrollo en América Latina. Ha trabajado como consultor internacional para la FAO, y los Gobiernos de Nicaragua, Perú, Uruguay y Panamá. En el periodo que va de 1977 a 2006 ha participado en la realización y aplicación de alrededor de 900 audiovisuales con fines de capacitación, información o desarrollo del conocimiento en relación con el agua, el medio ambiente y el desarrollo rural. Es responsable de la publicación como autor o coautor de unas 30 obras entre artículos, ensayos, informes técnicos, manuales, y ponencias. La más reciente "¿Hacemos de la Comunicación una mercancía?" fue seleccionada para su presentación en el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo celebrado en Roma en octubre de 2006. Es Vicepresidente del Comité Mexicano de la Comisión Internacional de Irrigación y Drenaje y miembro de la Plataforma Mesoamericana de Comunicación para el Desarrollo. En la actualidad es investigador y consultor en comunicación en el Instituto Mexicano de Tecnología del Agua.

Los propósitos de esta presentación son:

- A partir del caso del Programa de Desarrollo del Trópico Húmedo (Proderith), reflexionar sobre la experiencia mexicana de comunicación para el desarrollo.
- Analizar cuáles fueron los resultados, lo que ha sido exitoso y lo que fracasó, con el fin de obtener lecciones que orienten acciones futuras.
- Enmarcar las conclusiones que se desprenden de la experiencia Proderith en el contexto del Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo.
- Estimular la reflexión acerca de la aplicabilidad del enfoque de la comunicación para el desarrollo para lograr el ideal de una comunicación de ida y vuelta.

México es un país con una extensión de 200.000 km², con alrededor de 100 millones de habitantes y 56 grupos étnicos. Cuenta con una mega diversidad ecológica, una marcada polarización social y una fuerte migración interna campesina. En el plano comunicativo, los medios están controlados por dos grandes empresas. En los años 80, las características del trópico húmedo mejicano eran:

- Zona económicamente rezagada
- Alto potencial agropecuario
- Profusa diversidad ambiental

- Etnias descendientes de la civilización maya con tradiciones de conocimiento profundo sobre el medio ambiente y la agricultura.

La falta de comunicación era causa y efecto de los principales limitantes para el desarrollo de las comunidades, estos eran la falta de una infraestructura hidroagrícola, la marginalidad de las comunidades campesinas, las tradiciones en estado de entropía, la inviabilidad del sistema de tumbaroza y quema y la inversión empresarial incipiente. La marginación genera desnutrición y enfermedades en las familias, dificultades para participar exitosamente en los mercados y la degradación de los sistemas ambientales: erosión y pérdida de la biodiversidad.

Partiendo de este contexto, la metodología del Sistema de Comunicación Rural puesto en marcha con el Proderith consistía en la formulación por parte de los campesinos de un Plan de Desarrollo Local (PDL) basado en el afloramiento de su Proyecto Interno (PI). A partir de estas líneas de trabajo se propició el surgimiento de la noción de Red de Comunicación (RC) en la que se tendían vínculos comunicacionales entre los involucrados en el proceso de desarrollo. La principal característica de la metodología impulsada era la firme apuesta por el conocimiento como un recurso que existe en la comunidad y que se enriquece con los aportes externos, se trataba del empleo de instrumentos de comunicación para, con base en el conocimiento socializado, estimular el diálogo y la conversación.

El enfoque del Sistema de Comunicación Rural propone la comunicación como un recurso para reivindicar la capacidad de pensar y de transformar la realidad por parte de los propios campesinos y supone que quienes toman las decisiones en el gobierno están abiertos a modificar las políticas en función de la perspectiva campesina.

Las estrategias comunicativas empleadas fomentaban la combinación del saber tradicional campesino y la tecnología agropecuaria y estimulaban la reflexión de los campesinos para encontrar soluciones a sus problemas a partir de sus propios conocimientos y del aporte externo.

El Sistema de Comunicación Rural sirvió para:

- Recoger la perspectiva de los campesinos
- Proporcionarles información
- Realizar un análisis conjunto de problemas y soluciones
- Sustentar los trabajos del Proderith

Se llevaron a cabo cientos de sesiones de comunicación en las comunidades campesinas, se formó a decenas de técnicos en comunicación, se instalaron 6 centros locales de comunicación y se transfirieron los medios, capacidades e instalaciones a las comunidades campesinas.

En el desarrollo del SCR surgieron una serie de obstáculos:

Supeditación del programa a los intereses institucionales

Los niveles de inversión resultaron insostenibles

Subsunción de la comunicación por el mercado

Los trabajos de comunicación no alcanzaron autosostenibilidad en ninguna escala.

Un importante factor extrínseco que obstaculizó el desarrollo del programa fue el cambio radical de las políticas públicas de desarrollo rural en el país. Con ello, el Proderith y el SCR se tornaron disfuncionales. Factores intrínsecos que obstaculizaron el desarrollo fueron el oportunismo clientelar, el instrumentalismo, el alejamiento del campo y de los campesinos y la transferencia de equipo obsoleto en lugar de capacidades.

Plataforma Mesoamericana de comunicación para el desarrollo

México forma parte de la Plataforma mesoamericana de comunicación para el desarrollo y modos de vida sostenible junto con Guatemala, Honduras, El Salvador, Panamá, Nicaragua y Costa Rica.

Los objetivos de la plataforma son:

- Desarrollar capacidades metodológicas, conceptuales y técnicas para mejorar las acciones y proyectos de Comunicación para el Desarrollo.
- Apoyar las iniciativas que procuran la democratización y el acceso ciudadano al espectro radioeléctrico, Internet y otros medios de comunicación e información.
- Incidir en las políticas públicas y en los marcos jurídicos nacionales e institucionales para que se incluya la Comunicación para el Desarrollo en los ámbitos de acción institucional.

Perspectiva

Acrecentar el uso de la razón para resolver los conflictos; valernos de la comunicación para pensar y actuar mejor juntos y para construir una sociedad crecientemente abierta, transparente y tolerante.

Recomendaciones:

- Evitar que la comunicación se convierta en mercancía para impedir que se ponga al servicio del que paga.

- Asumir en el despliegue de acciones y proyectos de comunicación el esquema de transparencia y rendición de cuentas.
- Vincular la comunicación para el desarrollo a la búsqueda de la sostenibilidad, la democracia y la equidad.

Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo. Roma

Un pilar fundamental para el cambio y el desarrollo

- La comunicación es fundamental para el desarrollo humano, social y económico. La esencia de la comunicación para el desarrollo es la participación y el fortalecimiento de las comunidades y personas más afectadas por la pobreza y otros problemas concernientes al desarrollo. La evidencia del valor de la comunicación para el desarrollo es cada vez más contundente.

Algunos ejemplos provisionales, en cuanto a los logros de la comunicación para el desarrollo

En la India, foros radiofónicos rurales que involucraron a granjeros tuvieron como resultado incrementos significativos en la producción. En Senegal, como resultado de estrategias de comunicación participativa, la mutilación genital de mujeres se redujo significativamente. En Uganda, un proceso local y nacional de comunicación contribuyó a reducir la corrupción en el manejo de fondos públicos centralizados asignados a la educación en escuelas locales. Como resultado, se logró bajar de manera muy significativa la cantidad de los fondos que no llegaban hasta el nivel local. Se pasó del 80% de “pérdidas” en los fondos a sólo el 20 por ciento. En Camboya, los programas de comunicación están relacionados con reducciones significativas en Infecciones Respiratorias Agudas (BBC World Service Trust). El uso de teléfonos celulares y otras técnicas de comunicación por parte de los agricultores para informarse sobre los precios de mercado, causó el incremento del precio que cobran por tonelada de arroz, de US\$100 por tonelada a US\$600 por tonelada. Una inversión de \$200 000 condujo a una ganancia neta de US\$1.8 millones. []

La comunicación para el desarrollo constituye un proceso social basado en el diálogo, que se vale de un amplio rango de herramientas y métodos con el fin de buscar el cambio a diferentes niveles, como lo son la capacidad de escuchar, la construcción de relaciones de confianza, el compartir conocimientos y habilidades, la elaboración de políticas, así como el hecho de aprender en qué forma se pueden generar cambios sustanciosos y significativos. No se trata en este caso de relaciones públicas o de comunicación corporativa.

DEBATE

¿Cómo fueron los orígenes del proyecto?

Empezó como un grupo realmente pequeño, era un programa de estructura regional pero que comenzó a escala más pequeña seleccionando a algunas comunidades. El primer paso fue seleccionar comunidades representativas desde el punto de vista de su composición social, de su situación física y cultural. Los primeros planes locales de desarrollo se hacían en esas comunidades, posteriormente dichos planes se expandieron, primero se empezó por una comunidad, luego se amplió a muchas de ellas y así sucesivamente hasta llegar a una superficie considerable de unos 2 millones de hectáreas.

Actualmente hay diversos movimientos activos en Méjico con procesos de comunicación externa, por ejemplo la guerrilla zapatista. Quería preguntar si estos procesos se solaparon o tuvieron influencia sobre los que ha explicado o si son cosas distintas.

Yo creo que son cosas diferentes pero que están relacionadas. Hacia principios de los años 90 tuve oportunidad de trabajar en las ondas de los altos de Chiapas, en un programa de abasto de agua potable a las comunidades indígenas de esa zona. Una zona, como supongo ya saben, muy pobre y que tiene grandes carencias. En una zona de abundante riego de agua en una temporada del año, las familias carecen de acceso a ella. El programa estaba orientado a llevar agua potable. En esa zona introdujimos programas para llevar información acerca de los problemas asociados a esta carencia de agua. Las propuestas se hicieron en tzotzil, se editaron en ese idioma y una fundación en defensa de los niños indígenas de Méjico trabajó como nuestra contraparte.

Volver al índice

La emigración ecuatoriana: comunicación y familia.

Cristina Carrillo Espinosa, FLACSO, Ecuador.

Antropóloga es investigadora asociada a la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede Ecuador, donde realizó el Master Género y Desarrollo. Actualmente, realiza el Doctorado en Antropología Social en la Universidad Autónoma de Madrid, el tema central de su tesis es “Fotografía, video y transnacionalismo en la migración ecuatoriana”. Ha participado en diversos seminarios y congresos y ha publicado diversos artículos sobre migraciones, con especial atención, a los movimientos migratorios en Ecuador.

Uno de los fenómenos que ha generado mayores cambios en la sociedad ecuatoriana en estos últimos años, ha sido la masiva migración de personas hacia diversos países en todo el mundo. El proceso migratorio no ha sido una novedad en el Ecuador pero lo que sí es sorprendente es la intensidad del mismo. En décadas pasadas, la migración se circunscribía a las provincias del sur, a las zonas rurales y era fundamentalmente masculina. La crisis económica, social, financiera e institucional de 1999 varió drásticamente los patrones migratorios, ya que este flujo ahora proviene de todas las provincias, tiene un componente urbano muy fuerte y se ha feminizado, cambiando con ello, la percepción de la migración como un fenómeno focalizado y volviéndola un problema a nivel nacional

Frente a esta masiva emigración ecuatoriana, una de las reacciones más importantes de la opinión pública del país, fue la incertidumbre frente al futuro de las familias: la salida de padres y madres se convirtió en el símbolo de la destrucción familiar. Tanto los medios de comunicación como la Iglesia y los sectores educativos en Ecuador han mantenido muy arraigado un discurso de desestructuración de las familias y pérdida de valores por parte de los jóvenes hijos que se han quedado en el Ecuador, asociándolos con pertenencia a pandillas, consumo de alcohol, embarazos precoces, afirmaciones que se han dado a partir de generalizaciones sobre casos particulares antes que sobre un conocimiento profundo en relación a su situación. Una concepción moralizante y psicologista predomina por sobre consideraciones económicas, culturales y sociales del fenómeno. Sin el afán de minimizar los altos costos emocionales resultantes de este fenómeno, la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO-Ecuador) desde el Programa de Género, se planteó la necesidad de investigar la situación de las familias desde una interpretación social,

política y cultural al fenómeno, dejando de lado para otros acercamientos la dimensión psicológica del mismo¹⁰⁷.

Esta investigación nos permitió entender de mejor manera.

1. la diversidad de arreglos familiares de estas familias para poder sobrellevar la separación; y
2. los mecanismos que se utilizan para sostener los lazos entre las mismas, en donde la comunicación entre padres e hijos juega un papel muy importante.

Pero más allá de ello, el estudio de la situación de los hijos de la migración en origen muestra uno de los procesos globales más importantes en la actualidad que es la transnacionalización de la reproducción social en condiciones de desigualdad. La creciente feminización de la migración en el caso ecuatoriano, los nichos laborales de inserción en el sector del cuidado de las mujeres emigrantes y los usos que hacen las familias en origen de las remesas enviadas para garantizar la reproducción social de sus familias coloca a la migración ecuatoriana en este proceso global. De otra manera cómo entender que las familias dejen su casa para tener una casa, dejen a sus hijos para garantizar su educación y su cuidado, y en definitiva dejen a su familia para mantener a su familia.

Esta ponencia se compone de dos partes. Una en la cual se hace un acercamiento más bien cuantitativo a las características de la actual emigración ecuatoriana con el propósito fundamental de esclarecer que ésta contempla una variedad de perfiles y dinámicas. Y en segundo lugar se hablará de algunos resultados de la investigación realizada en torno a las familias y los procesos comunicativos y su rol en el sostenimiento de las familias transnacionales.

I. Ecuador y la emigración internacional.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, podemos identificar al menos tres períodos con características distintas que dan cuenta de patrones de migración que varían entre sí: la emigración de la década de los años 1960; la de los años 1980 y finalmente, la de fines de la década de 1990 y principios del siglo XXI.

¹⁰⁷ El trabajo de campo lo ha llevado a cabo el Programa de Género de la FLACSO-Ecuador desde el año 2003. La primera fase de trabajo de campo se realizó en Loja, Cañar y Azuay, áreas que presentan una tradición más antigua en materia de migración, mientras que la segunda se focalizó en las ciudades de Quito y Guayaquil que son zonas de migración reciente. Las dos investigaciones han estado bajo la coordinación de la Dra. Gioconda Herrera.

Tabla No. 1. Resumen periodos migración

Características	Ola 1950-1979	Ola 1980-95	Nueva ola 1997-actual
Género	Migración masculina y de familias enteras	Migración de mujeres para reunificación familiar con sus esposos.	Incremento migración femenina
Destino	Estados Unidos, Venezuela	Estados Unidos	España, Estados Unidos, Italia Otros países de Europa
Procedencia	Población urbana Quito y Guayaquil	Población rural Azuay Cañar	Población mayoritariamente urbana. Todas las provincias
Perfil socio-económico / ocupacional	Clase media	Campesinos, artesanos	Pobres, No pobres Varias ocupaciones
Nichos de inserción laboral en país de destino	Sin información	<u>Varones:</u> servicios hostelería, construcción, oficios varios (electricista, fontanero), obreros diurnos. <u>Mujeres:</u> obreras textiles, hostelería	<u>Varones:</u> agricultura y construcción (España) Construcción y servicios (EU) <u>Mujeres:</u> servicio doméstico y cuidado niños, enfermos y ancianos (España) Servicios y obreras textiles (EU)
Temporalidad	Definitiva	Tendencia a regresar. En algunas zonas migración definitiva	Muy reciente para calcular. Tendencia a reunificación familiar en países de destino.

Elaboración: M. C. Carrillo, G. Herrera, A. Torres

La mayoría de estudios sobre emigración ecuatoriana se ha referido, principalmente, a la ola que se originó en las provincias de Azuay y Cañar y que se inició a fines de la década de 1970. Sin embargo, con anterioridad, un significativo contingente de ecuatorianos emigró hacia Estados Unidos, Canadá y Venezuela. Generalmente, las familias que salieron en la década de los años 1960 no regresaron a Ecuador y el proceso de obtención de residencia legal o naturalización fue más fácil debido a la política migratoria estadounidense y venezolana.

La emigración de la década de los años 1980 hasta 1998 es una emigración de características distintas: se centra en dos provincias del país: Azuay y Cañar, tiene un fuerte componente rural y es predominantemente masculina; las mujeres empiezan a migrar mucho más tarde, en procesos de reunificación familiar iniciadas por sus esposos o padres. Si bien con el tiempo muchos de estos emigrantes han obtenido ya sus papeles, todavía se presume que existe un gran contingente de inmigrantes indocumentados, sobre todo luego del endurecimiento de la política migratoria

estadounidense en 1993. De acuerdo a Jokisch y Pribilsky (2002), la población ecuatoriana en Estados Unidos ascendería actualmente a 396.400. La mayoría de esta población se encuentra en la ciudad de Nueva York, en el condado de Queens y en los últimos años ha empezado a asentarse en otras zonas periféricas en los estados aledaños a la ciudad de Nueva York, como son New Jersey y Connecticut. En referencia a la inserción laboral, la mayoría de los hombres ecuatorianos laboran como trabajadores temporales o en trabajos relacionados con el sector servicios y las mujeres en la industria del vestido, restaurantes y trabajo doméstico (Gratton, 2004, Jokisch y Pribilsky 2002:81).

La última ola migratoria

Los factores que marcan las características de la nueva ola migratoria a partir de 1997, están asociados a la agudización de la crisis económico-política y social del Ecuador. Los análisis coinciden en establecer a las consecuencias ocasionadas en la región costera por el Fenómeno del Niño, la crisis bancaria, el proceso de dolarización de la economía y la inestabilidad política como los factores que aceleraron la escalada migratoria de ecuatorianos hacia el exterior en una magnitud sin precedentes. Entre 1995 y 2000 el número de pobres creció de 3,9 a 9,1 millones, es decir del 34% al 71% y la pobreza extrema dobló su número del 12% al 31%. Consecuencia de ello fueron el desempleo y subempleo masivos, la caída de ingresos, la reducción en inversión social y la inseguridad (Acosta, 2005: 227).

Esta ola presenta características particulares en cuanto a su escala y su composición. En primer lugar, la mayor parte de emigrantes proviene de zonas urbanas y no de zonas rurales como fuera característico en la anterior tradición migratoria ecuatoriana. Además, la procedencia de los emigrantes sobrepasa la zona sur y se extiende al resto de provincias a lo largo de las tres regiones del Ecuador. Por otro lado, el perfil se diversifica y ahora corresponde a personas jóvenes, hombres y, principalmente, mujeres con niveles educativos que se encuentran por encima del promedio nacional y que pertenecen a diversas clases sociales. Además, los lugares de destino dan un giro y, aunque Estados Unidos continúa siendo un destino importante, ahora es España en primer lugar, y luego Italia los principales países de atracción de emigrantes ecuatorianos.

Las cifras de la emigración siempre son estimaciones bastante gruesas debido a la dificultad de registro de las personas indocumentadas en destino y por el propio subregistro que se produce en origen. De acuerdo al Censo del 2001, el total de emigrantes para el período 1996-2001 es de **377.908** ecuatorianos/as. Una segunda fuente de información la constituye la Dirección Nacional de

Migración que para el periodo 1997-2006 estima que la cifra de personas que no han regresado al Ecuador asciende a 969.077 ¹⁰⁸

Tabla No. 2. Saldos migratorios 1997-2006

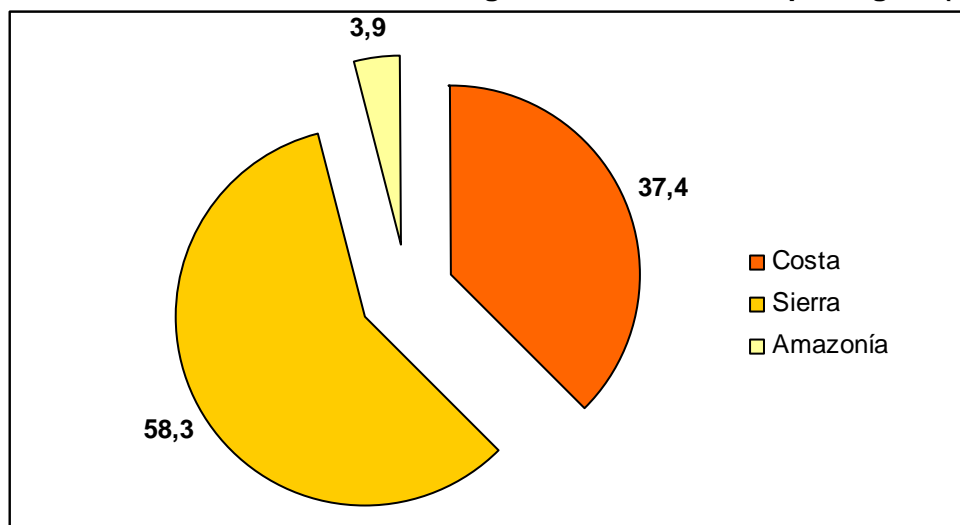
Años	Entradas	Salidas	Saldos
1997	289.692	320.623	-30.931
1998	234.260	274.995	-40.735
1999	294.547	385.655	-91.108
2000	344.052	519.974	-175.922
2001	423.737	562.067	-138.330
2002	461.396	626.611	-165.215
2003	456.295	581.401	-125.106
2004	536.779	606.494	-69.715
2005	598.722	660.799	-62.077
2006	450.613	520.551	-69.938
Total			-969.077

Fuente: Anuario de Migración Internacional, INEC 2002

En los datos de la DNM y el Censo se observa que el despegue de la migración llega a su punto más alto en el año 2000. Según esta misma fuente, los emigrantes provienen, principalmente, de la sierra y la costa. De la región amazónica son muy pocos los emigrantes pero en términos de crecimiento mantiene la misma tendencia que el país, es decir crece considerablemente a partir del 98, llega a su nivel más alto en el 2000 y desciende desde el último año (Ramírez y Ramírez, 2003).

¹⁰⁸ La DNM registra que registra salidas y entradas al país en las diversas Jefaturas de Migración: Quito, Guayaquil, Tulcán, Huaquillas, Macará, Machala, Esmeraldas, Manta, Lago Agrio e Ibarra. Para evaluar el número de emigrantes, se establece la diferencia entre las salidas y las entradas de personas que viajaron al exterior en un periodo determinado.

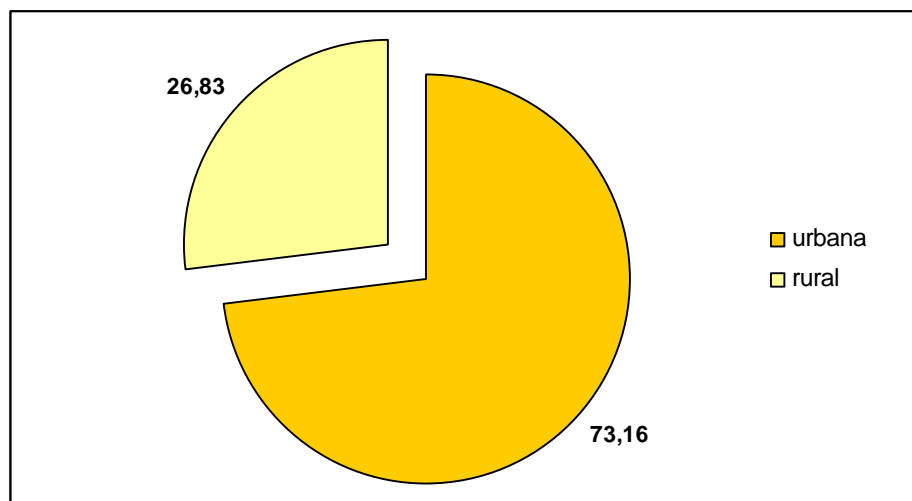
Gráfico No. 1. Distribución de la migración internacional por región (%)



Fuente: INEC, Censo 2001. Elaboración: CEPLAES

Otro factor a tomarse en cuenta es el origen urbano-rural de las personas que salen del país. De los datos del censo de 2001, vemos que la emigración es fundamentalmente urbana 73,16%, mientras que la rural es del 26,83%. Las ciudades que concentran la emigración urbana, son Quito y Guayaquil. Cabe resaltar que las áreas que concentran la emigración rural son las provincia de Loja, Azuay y Cañar, lugares tradicionales de emigración.

Gráfico No. 2. Distribución población emigrante urbana-rural (%)

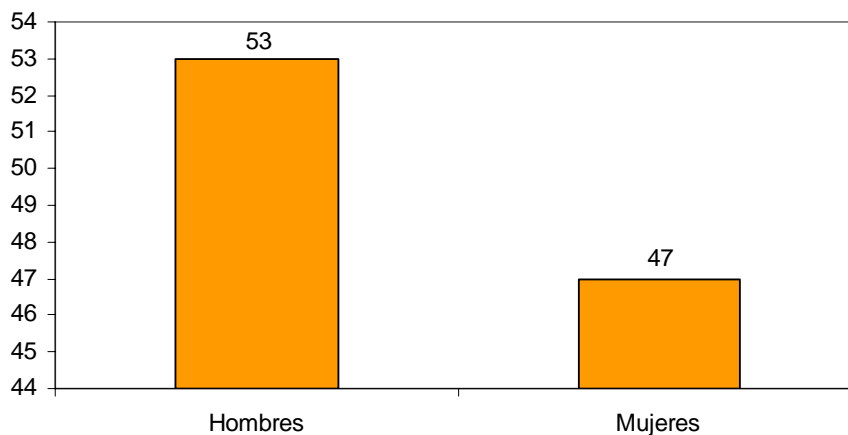


Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales, SIISE, versión 3.5; 2003. Elaboración FLACSO

En cuanto al sexo, para el ciclo 1996-2001, del total de personas emigrantes, un 47% son mujeres, frente a un 53% de varones, pero la diferencia entre ciudades es notable. De Guayaquil han salido

más mujeres que hombres; en Quito la proporción es casi paritaria mientras que de la ciudad de Cuenca las mujeres representan el 37 por ciento.

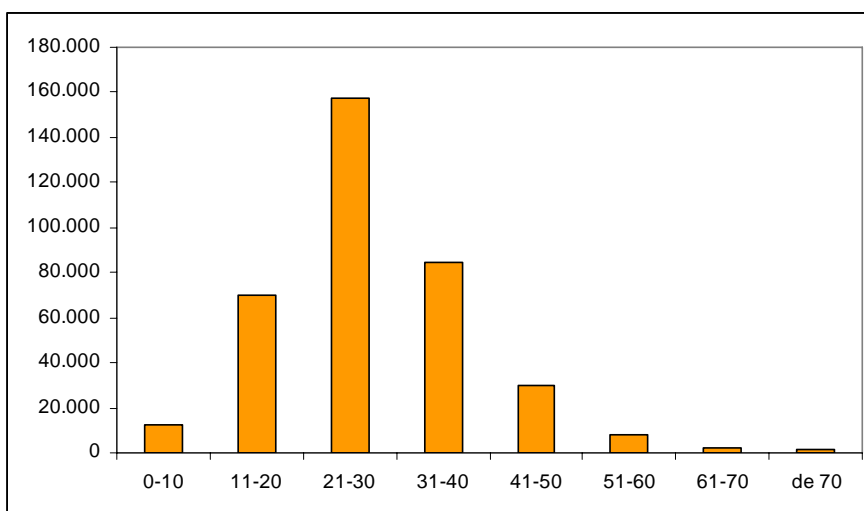
Gráfico N. 3. Migración según sexo. 1996-2001



Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales, SIISE, versión 3.5; 2003. Elaboración FLACSO.

Con respecto a la edad de los emigrantes, el porcentaje más alto de 41% corresponde a las personas entre 21-30 años, el 22% corresponde al grupo de edad entre 30-40 años, y el 18,5% al rango entre 11-20 años. Podríamos decir que entre la población joven, la migración alcanza un 59,5% del total de población que ha migrado en el ciclo 1996-2001 (Ramírez y Ramírez, 2003).

Gráfico No. 4. Migración según grupos de edad. 2001.-2004

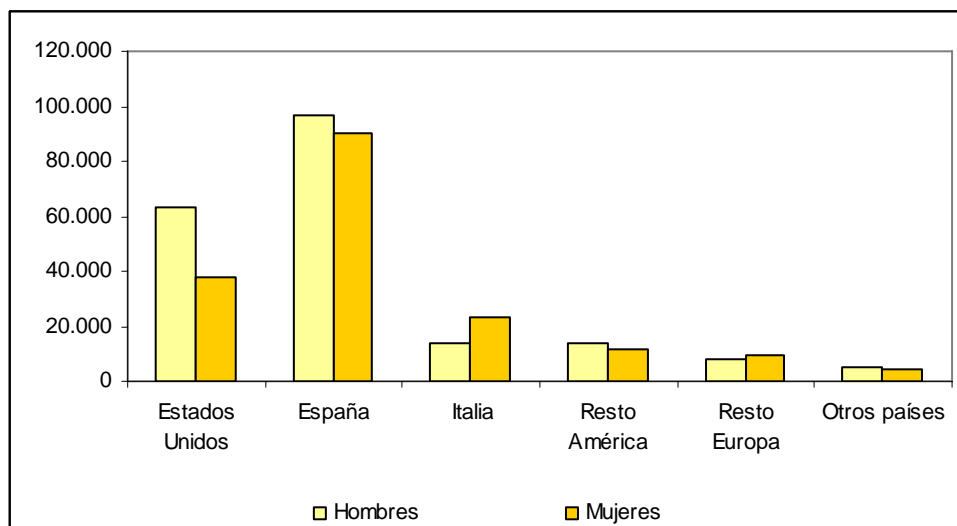


Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales, SIISE, versión 3.5; 2003. Elaboración FLACSO.

Dentro de esta nueva ola migratoria, los destinos también se diversifican, apareciendo España como un nuevo polo importante, sobre todo para las mujeres ecuatorianas. Hasta 1997, el 63% de los

emigrantes se dirigió a los Estados Unidos, pero el censo de 2001 demuestra un giro importante en el lugar de destino. Asimismo, la DNM registra que de las personas que salieron entre 1996 y 2001, el 49% lo hicieron a España, el 27% a Estados Unidos y el 10% a Italia. El flujo de salidas con destino a España sufre un repunte importante entre 1999-2000 (Dirección Nacional de Migración).

Gráfico No. 5. Migración según sexo y por país de destino. 1996-2001



Fuente INEC, censo 2001. Elaboración: CEPLAES

En cuanto a la situación económica de los emigrantes, dado que el actual fenómeno de la migración internacional ha adquirido una dimensión nacional, el factor pobreza como explicativo de la migración debe ser tomado con cautela. Como el estudio de Ramírez y Ramírez (2003) lo refleja, Quito, Guayaquil y Cuenca son las ciudades de donde provienen la mayoría de personas que salen al exterior. Los emigrantes que salen de estas ciudades caen, en términos generales, dentro de lo que se ha denominado el grupo de los “no pobres”, confirmando la idea de que el acto migratorio requiere de ciertos recursos mínimos previos a la salida así como capacidad de endeudamiento. Sin embargo, tampoco se puede descartar el factor pobreza dentro de los móviles de la migración internacional. Como se ve en la tabla 3, el porcentaje de emigrantes pobres es de un 27% y los pobres ubicados dentro de la categoría de pobreza extrema constituyen un 13,09% de la migración total, cifras que tienen un peso importante al analizar el conjunto de personas emigrantes.

Tabla No. 3. Emigrantes según condición de pobreza

POBREZA	Total emigrantes	Contribución a la migración
Pobres ¹⁰⁹	102.119	27,02%
Pobres extremos	49.453	13,09%
No Pobres	226.333	59,89%
Otros	3	0,00%
Total	377.908	

Fuente: INEC Censo 2001/SIISE. Elaboración: M. C. Carrillo, G. Herrera y A. Torres

Por último, respecto a los datos en relación al envío de remesas, es importante mencionar que en los últimos años el monto recibido por este concepto ha sobrepasado las exportaciones sumadas de banano, café, cacao, camarón, atún y pescado (Acosta 2005). Según el Banco Central del Ecuador, las cifras son las siguientes:

Tabla No. 4. Remesas en millones de dólares. 1998-2006

Año	Monto remesas
1998	794
1999	1.084
2000	1.316
2001	1.414
2002	1.432
2003	1.627
2004	1.832
2005	2.317
2006	1.270

Fuente: Banco Central del Ecuador

En este mismo tema, de acuerdo al estudio realizado por el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo (2003), cerca de un millón de ecuatorianos y ecuatorianas, el 14% de la población adulta, reciben remesas de sus familiares que viven fuera del país. El monto

¹⁰⁹ El SIISE utiliza la definición de pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) de la Comunidad Andina de Naciones que considera cinco factores: personas en hogares con viviendas con características físicas inadecuadas; personas en hogares con viviendas con servicios inadecuados; personas en hogares con alta dependencia económica; personas en hogares con niños que no asisten a la escuela; hogares con personas que viven en hacinamiento crítico. Se considera "pobre" a quien tiene una NBI y "pobre extremo" a quien tiene dos o más NBI (Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador -SIISE, 2003; versión 3.5).

del envío es entre 51 y 100 USD y lo reciben fundamentalmente mujeres. Tanto este estudio como el de otras entidades (CEPAR-ENDEMAIN, 2005) coinciden en que la mayor cantidad de dinero recibido se lo destina al gasto diario. La utilización de las remesas es el siguiente.

Tabla No. 5. Uso de remesas

USO DE REMESAS	TOTAL (%)
Gasto diario	61
Lujos	17
Inversión negocios	8
Ahorros	8
Compra propiedad	4
Educación	2

Fuente: BENDIXEN & ASSOCIATES/FOMIN, 2003

Migración a España:

La emigración hacia España se ha facilitado por la existencia y consolidación de redes sociales construidas a partir de grupos de emigrantes pioneros que van extendiendo su marco de acción, por las facilidades que presta el tener un idioma en común y fundamentalmente por la política migratoria española que como menciona Gómez Ciriano (2004), primero facilitó y después restringió la llegada de ecuatorianos.

Como podemos observar en la Tabla No.6, el incremento de ciudadanos ecuatorianos ha sido muy importante a raíz del año 1998, sin embargo en datos anteriores se puede hablar de que existió un significativo número de ecuatorianos en la década del 80 y 90 (Herrera, Carrillo y Torres eds, 2005).

Tabla No.6. Ecuatorianos empadronados en España. 1998-2005

Año	Total
1998	3.972
1999	7.155
2000	20.481
2001	140.631
2002	259.779
2003	387.564

2004	470.090
2005	487.239 ¹¹⁰

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (España)
Revisiones del Padrón Municipal 2001 a 2005

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de España en el año 2005, los ecuatorianos tienen una presencia mayor en las siguientes comunidades y provincias: Comunidad de Madrid, Cataluña, Barcelona, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Andalucía y Alicante, seguidas de Baleares, Castilla-la Mancha y la Comunidad Foral de Navarra (www.ine.es).

En relación a la inserción laboral, Walter Actis (2005) analiza el segmento de población ecuatoriana registrada en la Seguridad Social y observa que los varones se inscriben en tareas agrícolas y de la construcción, mientras que las mujeres se insertan principalmente en el servicio doméstico, aunque su presencia en los trabajos agrícolas también ha crecido. Hay que considerar el hecho de que tanto varones como mujeres ecuatorianas, con una historia relativamente reciente de inmigración en este país, por lo general se ubican en empleos precarios, temporales y con baja cualificación¹¹¹. El que no se pueda contar con estadísticas certeras sobre las mujeres ecuatorianas indocumentadas hace pensar que el número de ellas insertas en el cuidado y servicio doméstico podría ser mayor, pero aun resta por conocer como evolucionen los procesos de movilidad laboral.

En el caso de España, el nivel de instrucción de la población ecuatoriana tiende a situarse en la secundaria en hombres y mujeres (el 53% y 57% respectivamente), siendo la educación primaria mayor en el caso masculino que femenino (31% y 30% respectivamente). Además, el número de mujeres con instrucción primaria es similar a aquel encontrado en los Estados Unidos, alrededor del 30%. Por otro lado, la educación superior es un tanto menor a lo encontrado en Estados Unidos (15% y 13% respectivamente).

II. Las familias en la experiencia migratoria

Una de las consecuencias sociales de la migración ha sido la separación de las familias y la reestructuración de los hogares ecuatorianos. Según la EMEDINHO (2001), en la década de 1990

¹¹⁰ Según datos de El País en referencia al informe del INE y Observatorio Permanente de la Inmigración, el número de ecuatorianos indocumentados en España asciende a 42.535. Esta cifra se la obtiene al evidenciarse la diferencia entre dos magnitudes: empadronados menos documentados. (El País, 26/07/06).

¹¹¹ Walter Actis señala que el trabajo ecuatoriano se incorpora a tres actividades en las que el empleo en España crece: la construcción, la hostelería y el servicio doméstico; y a otro que está en retroceso: la agricultura. Esto es interesante en la medida en que llama la atención que el trabajo inmigrante no sólo se inscribe en nichos en donde la población nativa ya no está presente (Actis 2005: 13).

se observa un drástico incremento en el número de niñas y niños dejados atrás por uno de sus padres: de aproximadamente 17.000 en 1990 a 150.000 en 2000. La última información proporcionada por INEC-SIEH (2005) nos muestra que el 36 % de las mujeres y el 39% de los hombres han dejado al menos un hijo en Ecuador. Los emigrantes que están en España son los que en mayor número mantienen hijos en el país de origen, 44% en el caso de los hombres y 43% en el caso de las mujeres.

Dentro de ello, lo que más llama la atención es el importante número de mujeres emigrantes que son madres y que han dejado a sus hijos/as en Ecuador. Gratton (2005) sostiene que este modelo difiere de la tendencia general de la migración femenina a nivel mundial, de mujeres jóvenes y solteras. El caso de mujeres madres se lo ha identificado antes en emigrantes filipinas y de Sri-Lanka, pero el caso ecuatoriano presenta características diferentes ya que en Sri-Lanka por ejemplo, el gobierno y las agencias de emigración incentivan la migración de mujeres incluyendo el subsidio del pasaje de avión y empleo provisional.

La migración rompe con una de las ideas más fuertes asociadas al concepto de familia, que es la co-residencia y la cercanía física para la reproducción material y afectiva. Por ello la pregunta básica de nuestra investigación fue, ¿cómo se organizan estas familias a través de las fronteras y si es posible hablar de una familia transnacional?

El concepto de familia transnacional surge dentro de los estudios migratorios sobre migración transnacional y observa la existencia de estas unidades de reproducción social más allá de la presencia física, y en donde se crean nuevas modalidades de cuidado y diferentes formas de entender la maternidad y la paternidad¹¹².

El concepto de familia transnacional acentúa el carácter socialmente construido de la familia sin negar la existencia de relaciones de poder a su interior y de procesos selectivos que los distintos agentes emprenden para actuar dentro de sus redes.

Debido a la distancia y los encuentros físicos esporádicos, las familias transnacionales deben construir sus nociones de familia y su utilidad emocional y económica más deliberadamente y no darla por sentada en base a la interacción cotidiana (Bryceson y Vuorela 2001). Deben reforzar los lazos que los unen o crear unos nuevos para sostener la relación entre sus miembros, a través de llamadas telefónicas, viajes esporádicos, envío de remesas, regalos, fotografías, videos o cartas.

¹¹² El transnacionalismo ha sido definido como el conjunto de “ocupaciones y actividades que requieren de contactos sociales habituales y sostenidos a través de las fronteras nacionales para su ejecución” (Portes, Guarnizo y Landolt, 2003: 18).

Hay que señalar no obstante que una de las limitaciones de este concepto es que excluye un número importante de situaciones en que la familia no se recrea y más bien existe ruptura, la conformación de otras familias superpuestas y también abandono. Sin caer en visiones demasiado optimistas sobre la capacidad de reconfiguración en la distancia de las familias, pensamos que es necesario examinar sus condiciones de existencia, en contextos de gran vulnerabilidad, sin dejar de lado el hecho de que las rupturas también existen.

2.1. Reorganización Familiar

Con el fin de analizar la reorganización del cuidado partimos de dos premisas fundamentales. La primera tiene que ver con una concepción de las estructuras familiares como el producto de ajustes permanentes a las cambiantes circunstancias más que como estructuras fijas de organización social. Las familias están continuamente reaccionando frente a coyunturas económicas y políticas determinadas y la migración internacional es una de ellas. Una segunda premisa que adoptamos, proveniente de la crítica feminista a la familia, es aquella que demuestra que a pesar de la heterogeneidad de arreglos familiares existentes en todas las sociedades, tendemos a reproducir lo que Nicholson (1997) denomina el mito de la familia tradicional y colocamos como norma una construcción cultural y social históricamente situada. Para Nicholson, la dicotomía entre familia tradicional y familias alternativas funciona normativamente, legitimando cierto tipo de familia y estigmatizando a otros. En el caso de la migración, los diversos entornos familiares en que se encuentran los jóvenes pueden ser y han sido sujeto de estigmatización. Esta autora sostiene que más allá de la dicotomía tradicional/alternativa es necesario evaluar si el tipo de arreglos familiares encontrados provee de soporte económico y emocional adecuado a sus miembros y especialmente a los niños/as en circunstancias en que los recursos pueden ser irregulares o escasos y en que ciertas demandas nuevas deben ser enfrentadas.

De las entrevistas realizadas a las personas que se han quedado a cargo del cuidado de los menores y de los testimonios recogidos entre los propios jóvenes podemos colegir una gran variedad de situaciones y arreglos familiares. Algunos jóvenes han quedado con su madre o con su padre, otros con sus abuelas/os, otros con las tías, hay algunos niños que han quedado al cuidado de sus hermanos mayores y finalmente hemos encontrado casos de jóvenes, menores de edad, que viven solos.

Si bien esta clasificación corresponde a quien aparece como el representante formal de los niños, en la práctica el cuidado se reparte entre muchas más personas: abuelas/os, tías, hermanas

mayores, padres, empleadas domésticas, vecinas. En realidad este es un primer cambio al que se enfrentan los jóvenes y sus familias: el pasar de un cuidado relativamente concentrado en sus padres o su madre a arreglos más difusos en donde intervienen dos, tres, cuatro o más personas.

Los diferentes tipos de reorganización familiar así como las funciones de soporte económico y emocional de las familias varían en función de muchos factores. En nuestro análisis hemos privilegiado los siguientes factores para establecer una clasificación: quién ha migrado, en qué etapa del proyecto migratorio se encuentra la familia, el grado de comunicación entre las familias en origen y destino, y la capacidad de los padres o madres emigrantes de asegurar la reproducción económica de sus hijos/as en origen. Si bien estos factores están a su vez relacionados entre sí hemos intentado separarlos analíticamente con el propósito de articular una interpretación de la heterogeneidad de situaciones que dé cuenta de la multiplicidad de dimensiones que entran en juego para definir situaciones tanto de vulnerabilidad como de resguardo para los jóvenes.

2.2. Comunicación

A lo largo de la investigación, una de las cuestiones más presentes fue el hecho de la comunicación entre padres/madres e hijos como un componente fundamental a la hora de hablar de la existencia de familias transnacionales. Dentro de ello sin embargo, se encuentran cuestiones que es necesario profundizar.

Frecuencia y calidad

De las entrevistas realizadas a los hijos e hijas en Ecuador, se desprende que la comunicación con sus padres y madres migrantes existe por lo general de una manera constante, y la mayoría de jóvenes hablan con sus padres por lo menos una vez al mes, y en numerosos casos, una vez a la semana. Pero evidentemente la comunicación tiende a debilitarse con el paso de los años, y existen casos extremos en donde los padres ya no envían ni cartas ni dinero a sus familias en Ecuador porque han establecido una nueva familia en el lugar de destino, situación resulta más frecuente en la migración de Azuay y Cañar. Por lo tanto es necesario que mientras más pasa el tiempo, se redoblen los esfuerzos por mantener la comunicación. Es importante el interés de los padres en mantener esta continuidad, como el caso de una madre que pagó clases particulares de Internet en Italia para poder escribirse con sus hijos.

Cuando la comunicación es regular, ella juega un papel fundamental en reproducir el papel de la “familia transnacional”, en donde este nuevo tipo de familia que no tiene su asiento en un solo lugar

ha debido desarrollar nuevas modalidades para afianzar su existencia. Por ello es tan importante el contacto que ha permitido las nuevas tecnologías como el Internet, las conferencias con cámara de fotos y los videos caseros. Los regalos que envían los padres a sus hijos, los juegos de play-station, la ropa de “marca” o la música se constituyen en fuertes referentes simbólicos que ayudan a estos jóvenes a afirmar la presencia de su padre y madre.

Es imprescindible considerar aquí no sólo la frecuencia sino la calidad de esta comunicación, ya que muchas veces las llamadas se reducen a disponer la forma en la cual gastar el dinero enviado. Cuando las familias se esfuerzan por mantener el interés sobre los detalles cotidianos de la vida, es cuando mayor repercusión tiene la presencia de los padres migrantes sobre sus hijos. El estar al tanto de la cotidianidad de los hijos permite poder hablar sobre cuestiones relevantes para sus vidas, como negociar a qué colegio quieren asistir, los conflictos con los amigos, o los permisos para determinadas actividades. Por supuesto que esta calidad se refuerza con los viajes esporádicos de los padres hacia Ecuador o de los hijos hacia el lugar en donde se encuentren los padres/madres ya que ello permite la afirmación de la presencia y el re-conocimiento de padres, madres e hijos, situación que depende fundamentalmente de la política migratoria de los países de destino. Por otro lado, no se puede pensar que las frecuentes llamadas por teléfono en sí mismas garantizan una buena comunicación, sino que ésta tiene que ver con la calidad de ésta, mantenida desde antes de la partida. Cuando este tipo de relación no existía entre padres e hijos, entonces resulta importante buscar mecanismos que refuercen el diálogo.

Conflictos

Sin embargo no se debe descuidar el hecho de que la comunicación transnacional no es un campo neutro y muchas veces reproduce las desigualdades generacionales y jerarquías de género que existen en la familia (Mahler 2001, Herrera 2004).

La continuidad de la comunicación es fundamental a la hora de fortalecer los lazos entre las familias separadas geográficamente, pero ella no está libre de tensiones ya que si por un lado es importante para sostener la idea de una familia transnacional, por otro lado muchas veces refleja las cuestiones de poder y conflictos presentes al interior de las mismas.

La comunicación también puede funcionar de forma negativa cuando reproduce malos tratos y problemas existentes dentro de las familias antes de la migración. Para una hija, el hecho de que su

padre llame desde Barcelona cuando consume alcohol es una situación triste que le hace pensar en que los problemas entre sus padres se han agudizado, e imagina incluso que él ya tiene otra familia allá. Asimismo otra joven comenta que su padre sólo las llamaba para insultar a ella y a su hermana, de manera que se pelearon, y ella ya nunca ha vuelto a contestar sus llamadas. En otro ejemplo, el padre a través de la distancia sigue tratando de controlar lo que hace su hija, y su madre se ha visto obligada a mentir y no contarle lo que ella hace.

El **no** envío de cartas o fotos es utilizada como una forma de reclamo a los padres ausentes, como un mecanismo de presión para su retorno. Un problema al que se hace referencia es al reencuentro. Cuando padre o madre migrante regresan y se reúnen con los hijos, por lo general hay conflictos agudos y gran incomunicación porque unos y otros tienen por su parte experiencias de vida distintas y expectativas generadas por la distancia que por lo general no se cumplen

Resulta interesante el hecho de que no se concibe la comunicación entre padres hijos como buena per-se, sino que hay opiniones encontradas de quienes piensan que las continuas llamadas producen confusión sobre los roles entre padres y nuevos tutores y además se produce mucha frustración en los jóvenes al establecer una relación telefónica, pero por otro lado se afirma que es más negativo cuando no existen llamadas siquiera esporádicas por parte de los padres.

A pesar de estar conscientes de esta necesidad a nivel de la comunicación, se observa a veces incongruencias por parte de los profesores, como por ejemplo el hecho de que se prohíbe o critica el uso de celulares en el colegio sin dimensionar que por ejemplo algunos padres o madres que viven en Europa sólo pueden llamar a determinadas horas tanto por la diferencia horaria entre los dos continentes, cuanto por su jornada laboral por lo general intensa.

Tipología

A raíz de la investigación y de los testimonios de los jóvenes, hemos podido distinguir cierta tipología en las modalidades de comunicación: por medio de llamadas telefónicas, Internet y nuevas tecnologías (Chat, videoconferencias), cartas, fotografías, y finalmente por medio de videos caseros.

Las llamadas telefónicas permiten un contacto diario y cotidiano. No es casual la proliferación en Ecuador de locutorios y la adquisición de teléfonos celulares por parte de las familias.

El uso de la Internet y de las nuevas tecnologías aún es una herramienta que no está al alcance de todas las personas, de hecho, como afirma Ramírez (2006) sólo el 4% de la población ecuatoriana tiene acceso a este medio. Sin embargo la proliferación de tele centros en donde se apunta hacia la apropiación de las nuevas tecnologías por parte de las familias, nos da ciertas pistas para explorar la importancia creciente que van adquiriendo entre los migrantes estas modalidades de comunicación.

Las cartas continúan siendo una forma importante de contacto especialmente entre personas que no tienen acceso a las herramientas tecnológicas como el Internet o el celular. La carta además suele ir acompañada de fotografías y recortes lo que complementa de manera importante el mensaje.

Las fotografías son un elemento importante por medio del cual se transmiten las representaciones sobre los países a los cuales llegan los migrantes. Los jóvenes comentan que a sus madres o padres se los observa contentos frente a monumentos, playas o sitios vistosos, sin embargo las narraciones que realizan por medio de las cartas o conversaciones telefónicas muchas veces esconden este aparente bienestar. Parece ser que los mensajes que les llegan mediante las fotografías contrastan con las imágenes narradas en donde se profundizan detalles de la cotidianidad. Es interesante el hecho de que muchas veces se utilizan estas imágenes como una herramienta para transmitir mensajes entre padres e hijos, como el testimonio de un joven que dice que manda fotografías de sí mismo para que su padre se de cuenta de la realidad que él está viviendo y que no se olvide de él.

Las fotografías y videos ofrecen la posibilidad de observar los cambios que suceden con sus respectivos familiares. Es interesante lo que mencionan los hijos sobre su percepción respecto de las transformaciones que han notado acerca de la apariencia o del comportamiento de sus progenitores. Comentan acerca de las diferencias físicas y del estilo de vestir de sus padres y especialmente de sus madres, y comentan que están más “modernos”. Y en las conversaciones les sorprende que hablen otro idioma o que hagan actividades que antes no hacían, como el que algunos padres hayan aprendido a cocinar.

Ciclos y motivos

Es importante la mención sobre que la fluidez de la comunicación no siempre es la misma, ya que existe un ciclo en los envíos de cartas y regalos que depende de la situación económica de los

emigrantes, y también a la existencia de eventos importantes para las familias, de manera que en los cumpleaños, primeras comuniones y fiestas de la comunidad existe una mayor circulación de mensajes, fotografías y videos (Herrera y Carrillo 2005).

Experiencias planteles

En el transcurso de la investigación se han identificado experiencias más bien poco articuladas e iniciativas aisladas en relación a la migración y la comunicación. En algunos colegios de la ciudad de Cuenca se ha pensado en instalar computadoras e Internet para estimular a los alumnos la escritura con sus padres/madres. En otros, se ha organizado un concurso de escritura de cartas o de fotografía para enviar a sus padres. En el colegio La Dolorosa de la parroquia Llano Grande (sur de Quito), en conjunto con la Casa del Migrante se ha organizado un grupo de profesores que trabajan el tema de la migración con los jóvenes en donde se buscan formas para consolidar la comunicación entre padres e hijos como la composición de poesías y obras de teatro. Al mismo tiempo los padres se comunican también con los maestros especialmente para conocer las calificaciones de sus hijos. Estas iniciativas de los padres por un lado y de los hijos por el otro, dan la medida de lo relevante que se vuelve el tema del contacto entre familiares que están separados. Potenciar este tipo de actividades es fortalecer una de las vértebras fundamentales para el sostenimiento de las familias transnacionales.

Conclusiones

Para el caso de Ecuador, además, es importante el considerar la diversidad, desigualdad y la asimetría entre los emigrantes, y su heterogeneidad a la hora de entender su pertenencia, la cual no necesariamente proviene sólo de un país, sino de localidades.

La comunicación es fundamental para el mantenimiento de familias transnacionales, pero no es suficiente, además se debe considerar el envío de remesas, la posibilidad de viajar, y el proyecto migratorio mismo.

No se puede olvidar que en los procesos comunicativos también existen conflictos y relaciones de poder y muchas veces se reproducen conflictos intergeneracionales y de género.

Las nuevas tecnologías facilitan el contacto, pero también son importantes las llamadas telefónicas y cartas. No todos los emigrantes y/o familiares tienen acceso a NTICS.

Es fundamental incentivar proyectos en esta línea ya que es necesario que mantengan conexiones los padres/madres, hijos/as y los tutores que se han quedado a su cargo.

Bibliografía

Acosta Alberto, Susana López y David Villamar. 2005. "Las remesas y su aporte para la economía ecuatoriana". En *La migración ecuatoriana. Transnacionalismo, redes e identidades*. G.Herrera, MC.Carrillo y A.Torres eds., FLACSO-PLAN MIGRACIÓN COMUNICACIÓN Y DESARROLLO, Quito.

Actis, Walter. 2005. "Ecuatorianos/as en España. Inserción (es) en un mercado de trabajo segmentado". En *La Migración Ecuatoriana: transnacionalismo, redes e identidades*, G.Herrera, M.C.Carrillo y A. Torres (eds), Quito, FLACSO-Plan Comunicación, Migración y Desarrollo.

Bendixen y Asociados (2003) "Receptores de remesas en Ecuador; una investigación del mercado", Quito: Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y Banco Interamericano de Desarrollo.

Bryceson Deborah y Vuorela Ulla. 2001. *The Transnational Family New European Frontiers and Global Networks*. Oxford University Press.

Gratton, Brian y Herrera, Gioconda (2004) "*Before and After: Ecuadorian Immigration to the United States and Spain*". Paper prepared for the Conference on *Niches, Ethnicity and Gender*. Leiden University, The Netherlands; June.

Herrera, Gioconda. 2004. "Elementos para la comprensión de las familias transnacionales". En *Migraciones, un juego con cartas marcadas*, Francisco Hidalgo, ed. Pp. 215-232. Quito, Ediciones Abya-Yala.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2002. VI Censo Nacional de Población y V de Vivienda. Resultados Definitivos. Versión electrónica. www.inec.ec.

Instituto Nacional de Estadística (2003) *Los extranjeros residentes en España, 1998-2002*. En: www.ine.es

Jokisch, Brad y Pribilsky, J. (2002) "The Panic to Leave: Economic Crisis and the 'New Emigration' from Ecuador." *International Migration*, 40 (4) 75-101

Jokisch, Brad. 2001. "Desde Nueva York a Madrid: tendencias de la migración ecuatoriana". *Ecuador Debate*, 54: 59-84.

Mahler, Sarah. 2001. "Transnational Relationships: The Struggle to Communicate Across Borders". *Identities*, 74: 583-619.

Ministerio de Bienestar Social-PNUD-UNICEF-INEC (2001) Encuesta EMEDINHO

Nicholson, Linda. 1997. "The Myth of the traditional Family" En *Feminism and Families*. Hilde Lindeman Nelson ed. New York y Londres: Routledge.

Ramírez, F. y Ramírez, J. (2003) *La migración en el Ecuador (1997-2003): De la impertinente crisis a la centralidad de las redes*. Informe de investigación. Versión preliminar. CIUDAD-ALISEI

Ramírez, Jacques. (2006). *Aunque se fue lejos lo tengo cerca*. Tesis de Maestría. FLACSO-ECUADOR.

Secretaría Técnica del Frente Social/Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (2003), SIISE. Versión 3.5 (versión CD).

DEBATE

¿Los procesos migratorios se plantean como una separación definitiva o a la larga se plantean la posibilidad de reagruparse, que los hijos vengan aquí o que los padres vuelvan allá?

Por lo general siempre se van para volver, incluso hay una expresión muy ecuatoriana que sería que se fue a volver, dicen ¿dónde está ésta persona? Y se contesta, se fue a volver. Es algo que te dicen de los migrantes, se van para volver, pero yo creo que eso cambia según muchos factores, ahora con los procesos de reagrupación familiar hay menos vueltas y más reagrupamientos aquí. Todo esto se complicó con la Visa, ustedes saben que hasta el año 2003 los ciudadanos ecuatorianos podían entrar sin visado a España, entonces hubo un flujo absoluto de ecuatorianos que vinieron, a partir del 2003 se pone el visado y entonces eso dificulta que las familias vengan. La política migratoria influye también muchísimo en las decisiones personales, muchas veces pueden querer pero ya no pueden y muchas veces pasa que teniendo a cuatro hijos sólo pueden traer a uno o dos y eso es súper dramático, no sólo por la separación de los padres, también por la separación de los hermanos, hay procesos en los que se plantean traer a un hijo cada año, depende un poco de la política migratoria del Estado.

¿Quién tiene más necesidades de comunicación? ¿Quién se queda o quién migra?

Yo creo que los dos, pero quizás hay un sentimiento de culpa de quien migra, especialmente porque en la mayoría de los casos han migrado mujeres madres, y esto se vio como el escándalo, que salgan los papás no era tan dramático como que salgan las madres que dejan abandonados a sus hijos. Este sentimiento de culpa especialmente de las madres hace que sean ellas las que muestran más necesidad de comunicación. Hay un estudio de uso de Internet que dice que por lo general son las mujeres las que se preocupan por aprender a usar Internet, que son las que más ocupan los locutorios, que más llamadas telefónicas hacen. Yo creo que la necesidad es de parte y parte, también los hijos, hay un caso que me daba mucha ternura de un niño que escribía a su mamá haciendo un diario, durante el mes le escribe lo que le pasa cada día y al final del mes le envía una carta como de 15 páginas. La necesidad es de parte y parte, pero creo que hay un sentimiento más de culpa y son como más activos los que migran.

Lo que comentabas sobre extender el acceso a Internet y llevarlo a las escuelas ¿es un planteamiento gubernamental o individual, o movimiento social específico?

Creo que fue desde el 2002 que hubo un proyecto desde el Estado que se llamaba Internet para todos, la idea era poder poner tele centros, que son aquellos que no responden a una cuestión económica, sino que tienen una misión social. El Estado se empezó a dar cuenta que era muy necesaria su implantación, pero se quedaron en intención, y existe todavía la intención pero falta muchísimo a nivel de ejecución, eso por una parte. Por otra parte hay entidades que se han preocupado por el tema, especialmente la iglesia, en la zona del sur, de la que yo hablaba al principio, en la ciudad de Cuenca y Cañar, allí la migración ha sido de 20, 30 y 40 años, entonces la iglesia está muy posicionada, ellos han creado muchísimos de estos tele centros y capacitación en Internet, incluso dan soporte psicológico después de que hablan o se ven en las conferencias. Tienen un proyecto que es muy de esa zona y de la iglesia, hay también Ongs que se han empezado a preocupar por esto y colegios con iniciativa propia, no hay una política pública totalmente dirigida a eso.

Nosotros hicimos una reunión sobre migración ecuatoriana justamente para presionar al Estado de que tome cartas en el asunto, que no sólo se preocupe de las remesas, sino también de los migrantes y de sus familiares, que incentive procesos de comunicación entre ellos. Todavía no existe política pública sino pequeñas iniciativas dependiendo de la buena voluntad de los implicados. Por ejemplo, sé de un colegio en el que se reunieron los profesores preocupados por sus alumnos, porque estaban deprimidos o porque de una clase de veinte, diez tenían a sus padres fuera, entonces dijeron vamos a hacer algo, hicieron clases de teatro, concursos de foto, iniciativas que dependieron de la buena voluntad de los profesores.

Quería saber cómo se ve la situación de esta inmigración para el futuro, si va a aumentar, disminuir.

Justamente son elecciones el próximo 27 de noviembre y la cuestión será complicada porque yo creo que los candidatos presidenciales no son precisamente una fuente de respaldo para que los migrantes digan volvemos o dejamos de migrar, pero si creo que el hecho migratorio en el caso ecuatoriano no puede tener en el futuro la escalada que ha tenido hasta ahora principalmente por la política migratoria. La política migratoria como todos sabemos en Estados Unidos es muy dura y en Europa yo creo que van a aplicar leyes de restricción de la inmigración, comunes para todos los países. Si vemos como ha caído la cifra a partir de la imposición del visado, creo que la tendencia seguirá y la inmigración se va a reducir, no a detener, porque siempre se buscan mecanismos. Por ejemplo la migración a Estados Unidos que es tan complicada y tan difícil, conllevó un trágico accidente en el año 2004, el barco que salía del puerto de Guayaquil para migrar a Estados Unidos, se hundió y murieron como 200 personas, fue terrible. Pero siguen migrando, siguen migrando

buscando otras alternativas. Se seguirá dando, pero mucho menos y confío en que la situación en mi país vaya estabilizándose porque la gente ha reinvertido mucho y ha apostado mucho por el país, que por fin se permita a las personas el derecho a volver, uno debe tener derecho a migrar y a no migrar si quiere.

Yo quería preguntar, ¿cómo afecta la migración personalmente a los niños?

Creo que eso depende de cuál es el proyecto familiar de cada unidad y también depende mucho de cómo se desarrolle ese proyecto migratorio. Cuando es un proyecto compartido, cuando un niño te dice es que mi mami migró porque nosotros queremos tener una mejor vida, siempre hablaba de nosotros, tenía la seguridad de que su madre se había ido por un proyecto compartido por los dos, no es que no sufra, pero ha podido procesar de mejor manera el cambio. También cuando tienen una familia ampliada que les da un respaldo emocional, todos esos factores les hacen procesar la ausencia de mejor manera.

Volver al índice

De una comunicación sobre los migrantes hacia una comunicación de los migrantes.

Souhail Chichab, investigador de la Universidad Libre de Bruselas.

Ingeniero comercial, profesor de economía aplicada en la Facultad de Economía de la Universidad Libre de Bruselas. Miembro del grupo de Migración y Desarrollo del Centro Nacional de Cooperación al Desarrollo de Bélgica.

Buenos días. Mi nombre es Souhail Chichab. Soy profesor e investigador en el Departamento de Economía de la Universidad Libre de Bruselas, concretamente en temas relacionados con la economía y el desarrollo y muy especialmente en la contribución de los migrantes a las economías europeas. Soy también el director del Centro Nacional de Cooperación al Desarrollo que es el principal organismo que reúne al conjunto de las ONG belgas.

Empezaré disculpándome por no haber traído mi presentación por escrito pero lo que voy a exponer son las principales conclusiones de unas Jornadas que tuvieron lugar en Bruselas en las que el conjunto de las ONGs trataron el fenómeno de la migración y el desarrollo y la cuestión de la comunicación y las migraciones, todo ello con el objetivo de elaborar una publicación.

El plan de la exposición es el siguiente: empezaré con una breve introducción de las principales migraciones en Bélgica. Seguiré con un repaso al contexto socioeconómico en el que se inscriben las migraciones. En el tercer punto hablaré de la evolución de la comunicación institucional, es decir, de la comunicación de los medios de comunicación y de los poderes públicos, cómo se habla en TV de los migrantes, como lo hacen los poderes públicos. Seguidamente hablaré de la conducta de las ONGs y sindicatos en relación a los migrantes: cómo integran su comunicación, como organizan los propios migrantes su propia comunicación. Y finalizaremos por los retos y perspectivas de futuro así como las conclusiones. Todo esto está resumido bajo el título “De la comunicación sobre los migrantes a la comunicación de los migrantes”.

De todo lo que he podido escuchar y comprender en relación a las ponencias anteriores aparece la

cuestión inicial de si hay un cambio de paradigma (de perspectiva) y preguntas como: ¿cuales son los retos de esta comunicación? ¿Cuales son las apuestas de los propios migrantes? ¿Cuales son las apuestas de la propia sociedad cuando habla de migrantes y cuales son los elementos ideológicos que entran en juego cuando se habla de migrantes?

Contexto socioeconómico de las migraciones

En Bélgica la población extranjera representa un 8% respecto al total, un 5-6% representa a la población extranjera de origen europeo, especialmente de origen español pues la española constituye una de las migraciones más antiguas. El 2% restante es de origen no europeo, especialmente de origen sudamericano una de las migraciones más recientes entre la población extranjera.

Las migraciones empiezan alrededor de los años 60 cuando Bélgica abre sus fronteras y firma acuerdos bilaterales con los países del sur de Europa y Norte de África, sobretodo para hacer venir a los migrantes como mano de obra. Los años 60 constituyen un período de pleno empleo, con un aumento de las afiliaciones a los sindicatos. El mundo empresarial se da cuenta que incrementar los salarios de los belgas no es suficiente para motivarlos a trabajar más. En un momento en que la sociedad prioriza el consumo y el disfrute del tiempo libre, los incentivos salariales no van a motivar que trabajen más. Asimismo la población belga rechaza los trabajos más difíciles e ingratos. En este contexto, el gobierno belga empezará a importar mano de obra extranjera.

Las ventajas las conocen todos. Los migrantes trabajan más por menos dinero. No hay que hacer inversiones en educación. Es una población activa joven, soltera y con buena salud. En un primer momento, en Bélgica como en el resto de países europeos nadie imagina que estos inmigrantes van acabar por instalarse. En el espíritu de los poderes públicos belgas los migrantes llegan, trabajan y se van. Así por ejemplo, entre 1963 y 1974, Bélgica se ahorra más de mil millones de euros en cotizaciones a la Seguridad Social de los migrantes que han vuelto a su país. Durante esos años y en función de los sectores económicos, los trabajadores migrantes tuvieron de media cuatro veces más accidentes de trabajo y 3 veces más posibilidades de morir en un accidentes de trabajo que un belga.

Los años 70 son de crisis económica y por primera vez se empieza a hablar de las migraciones y los migrantes como problema, relacionándolos directamente con las causas de la crisis económica. Esta constituye la primera instrumentalización ideológica del migrante: “si nuestra sociedad tiene un problema es debido a los migrantes”. La problematización de la cuestión de la migración está acompañada del cierre de las fronteras y del freno a la inmigración. Durante los años 70 la crisis

deja de ser pasajera y se convierte en estructural. En un primer momento se pensó que el cambio era un mecanismo de adaptación a los procesos que en aquel entonces se denominaban mundialización.

En los años 80 se observa que la crisis se instala y permanece en el tiempo. En esos años se inicia una política de austeridad a la que se vincula un pacto sobre la cuestión de la migración y el surgimiento de políticas que priman el retorno de los migrantes. Desde la esfera política el discurso no es solo de freno a la inmigración, además hay que ayudar a los migrantes a volver a sus países de origen. Hay que ayudarles en el codesarrollo pero sobretodo ayudarles para que abandonen el país. Si abandonan el país la situación va a mejorar.

Durante los 90, el inmigrante se convierte en sospechoso y al no tener papeles se le asimila a un criminal. Es la época en la que Bélgica empieza a abrir los primeros centros de retención e internamiento.

Durante esa década va a tener lugar un hecho que va a marcar la política de migración posterior a escala nacional. La muerte de Samira Amouk, una joven que iba a ser repatriada y que en el mismo avión de retorno muere asfixiada por 4 policías que querían evitar que se oyeran sus gritos, se convierte en el emblema de la lucha de los migrantes por el reconocimiento de sus derechos. Se inicia un gran debate político que concluye con un compromiso entre la derecha y la izquierda en materia de inmigración. La izquierda va a conseguir la regularización en 1999 de los sin papeles y la derecha va a obtener un endurecimiento de la política migratoria.

A lo largo del 2000, la extrema derecha se convierte en una de las principales fuerzas políticas en Bélgica. En esta época se descubre el turismo económico con el que se intenta sustituir a los migrantes que vienen a instalarse por razones económicas por personas del Este que vienen durante cuatro o seis meses y que vuelven a sus países de origen describiendo un ciclo de ida y vuelta. Se detecta una fuerte segregación de los migrantes en el trabajo clandestino, principalmente en sectores como la restauración, la construcción -especialmente entre el colectivo sudamericano muy ligado a este sector-, la agricultura de temporada y los servicios a domicilio. Se estima que la economía sumergida en Bélgica contribuye a ahorrar aproximadamente un tercio del presupuesto destinado a la ayuda al desarrollo.

Evolución de la comunicación institucional sobre el inmigrante

El punto de partida es la evolución que ha sufrido el modo en que los medios de comunicación hablan de los migrantes y el discurso político institucional.

Antes de 1974 la inmigración y los inmigrantes no existen en el discurso, es un concepto que no existe, del que no se habla. Mayormente se habla de trabajadores extranjeros. A partir de 1974 es cuando se empieza a hablar de la inmigración como un problema. Los conceptos utilizados actualmente para hablar del fenómeno provienen de esa época. Ya no va a hablarse más de trabajadores extranjeros sino de sin papeles: de migrantes de primera, segunda, y tercera generación nacidos en Bélgica que siempre van a ser considerados por los medios de comunicación como migrantes aunque hayan adquirido la nacionalidad belga.

A partir de los años 80, los medios de comunicación van a tener un doble discurso entre el racismo y la integración. Por una parte, van a hacer un fuerte discurso antirracista a nivel institucional pero al mismo tiempo van a condenar toda aquella diferencia cultural que podría distinguir un migrante de un no-migrante. En realidad, detrás del discurso de la integración se impone sobretodo la voluntad de una verdadera asimilación. El migrante es un problema porque es migrante, porque tiene un origen cultural o unas prácticas culturales que no son las de la población belga. Los medios también van a hacer uso de esta ambigüedad diciendo: “nosotros no somos racistas pero rechazamos las diferencias de los otros”.

A partir de 1990, se va a hablar cada vez más de minorías étnicas. Los medios de comunicación van a subrepresentar a estos grupos y hablarán de ellos diciendo que la población no europea en Bélgica solo representa el 2% de la población total. Sin embargo este discurso ocupa un tercio de la comunicación total. Cuando se hacen sondeos y se pregunta al ciudadano belga –recordemos que Bélgica es un país de 10 millones habitantes- cuantos inmigrantes cree que residen en el país, la mayoría responde 4 millones, 5 y hasta 8 millones de migrantes. En realidad, no llegan a representar el 10% de la población total. La gente tiene una imagen sobredimensionada del fenómeno.

A partir del 11 de septiembre de 2001 se introduce en la conciencia colectiva de los belgas lo que algunos llaman el choque de civilizaciones. Las lecturas que van a hacerse de los problemas vinculados a las migraciones van a ser esencialistas. El conjunto de problemas vinculados a los migrantes proceden no de cuestiones políticas ni sociales sino de cuestiones ligadas a su origen cultural. Cuestiones sociopolíticas y socioeconómicas van a transformarse en cuestiones esencialistas, como si los migrantes tuvieran genes particulares y una herencia que determina su comportamiento en la sociedad.

Esta es una manera esquemática de explicar como la TV ve al inmigrante después de 30 años.

Ahora vamos a tratar como el discurso político habla o no del migrante.

En 1974, al inicio del periodo de la crisis económica, las sociedades europeas y en particular la belga descubren la existencia de migrantes. En el conjunto de la legislación sobre los migrantes van a producirse cambios ese mismo año. Antes de 1974 el ministro encargado de tratar los temas vinculados a la inmigración es el Ministro de Asuntos Sociales y del Empleo. A partir de 1974 esta materia va a pasar al Ministerio del Interior. En este trasvase de poder hay un cambio en la representación del migrante que va a convertirse en un objeto que amenaza el orden público y que va a motivar que el ministerio encargado de tratar temas de inmigración dejará de ser el Ministerio de Asuntos Sociales y pasará a serlo el Ministerio del Interior.

A partir de 1980, en el conjunto de países europeos pero especialmente en Bélgica y Francia va a implementarse una política de austeridad. Hay una frase muy célebre en el conjunto de países francófonos que citó por primera vez el ministro socialista Michael Rocart: “nosotros no podemos acoger toda la miseria del mundo”. Hay que poner de relieve que respecto a los 20 millones de refugiados y desplazados que hay en el mundo solo el 5% llega a occidente, ya sea a los países europeos o a Estados Unidos. De este 5%, un 1% va a ser regularizado – en el 95% de los casos en EEUU – y Europa solo acoge la mitad de una décima parte del conjunto de refugiados. La gran mayoría de refugiados y desplazados en el mundo son acogidos por los países del sur, son ellos pues quienes participan de forma más rotunda a la solidaridad mundial.

Al final de los años 80 y principios de los 90, la política belga pone en marcha una serie de primas que permiten a los migrantes volver a su país. A finales de 1990, los centros de detención son definidos como la piedra angular de las migraciones belgas. En realidad, estos centros de detención están en un proceso ideológico, son una comunicación en el sentido que el objetivo de estos centros cerrados no responde a los retos migratorios. En Bélgica se registran alrededor de 100.000 sin papeles y estos centros retienen aproximadamente a 500 personas por año, la mitad de ellos son liberados después de un año con una orden para salir del territorio. En realidad, los centros de internamiento son una comunicación política destinada a la opinión pública belga que consiste en propagar la idea de que hoy que estamos en crisis estos migrantes son una amenaza, para vuestra seguridad en el empleo pero también en otros terrenos, la respuesta que nosotros damos es la de encerrarlos. Se radicaliza esta presentación del migrante como un criminal y como un peligro a nivel nacional.

En realidad, no se puede decir que Bélgica no quiera a los migrantes. Quiere a migrantes clandestinos porque significan un valor añadido a la economía. No hace demasiado tiempo ha

habido un debate público sobre la cuestión donde el Ministro del Interior frente a preguntas relacionadas con la cuestión de la inmigración ha mantenido dos posturas totalmente distintas a priori. Se habla de distintos tipos de migrantes según se quiera. Sobre la cuestión del derecho a voto de los migrantes no europeos la respuesta es no. A la cuestión de cómo salvar el Sistema de la Seguridad Social en Bélgica, con una población envejecida, la respuesta de la derecha belga es que hay que hacer venir a migrantes que quieran trabajar. Nuestro sistema económico quiere migrantes pero migrantes que puedan ser explotados económicamente.

Cómo las ONGs y los sindicatos integran los migrantes en su comunicación

No hace mucho tiempo, un estudio llevado a cabo por distintos centros universitarios descubrió que, sorprendiendo a la izquierda belga, los sindicatos son parcialmente racistas y tienen miedo de hablar de inmigrantes porque tienen miedo de chocar o de no ser apreciados por una parte de los trabajadores belgas. Sin embargo, aunque los sindicatos evitan tener una comunicación que hable de los migrantes ellos han jugado un papel central en la constitución de actores de los migrantes como actores sociales, sobretodo entre los migrantes españoles. Cuando estos actores sociales han obtenido su independencia de los sindicatos han sido los primeros en comunicar pero siempre fuera del contexto laboral. Aunque los sindicatos no han permitido una integración de los migrantes en sus aparatos organizativos, la realidad de hoy es que la capa base de los sindicatos está constituida por migrantes de antiguas migraciones como las españolas, las italianas y otras poblaciones del sur. Estos antiguos migrantes hoy son los principales defensores de los derechos de los trabajadores belgas.

Los principales fracasos en Bélgica pero también en muchos otros países europeos de la comunicación de los sindicatos se centran en no haber conseguido generar una comunicación que ponga el acento en los problemas del mundo laboral y los migrantes. Una verdadera paradoja pues las migraciones siempre han tenido un fuerte componente socioeconómico. Hoy los sindicatos no tienen una visión global que promueva la idea entre los trabajadores y los migrantes del interés estratégico común y conlleve una reflexión conjunta sobre los problemas que hoy fundamentan su alienación.

Respecto al ámbito de las ONGs, durante los últimos diez años se ha pasado del concepto de ayuda al desarrollo al concepto de codesarrollo. Detrás de este cambio de paradigma hay un cambio de enfoque sobre los migrantes del sur. Las ONGs cambian una primera relación paternalista con los migrantes – hace 15 años se hablaba de los migrantes como de niños a los que debían darse las instrucciones para emanciparse – por una relación de cooperación con los migrantes basada en una concepción de personas en el sentido integral de la palabra, que tienen también una visión propia de

los problemas que comporta la migración, y que puede hacer su propia aportación. Sin embargo hay un pequeño matiz, la comunicación de las ONGs integra cada vez más el punto de vista de los migrantes en el análisis de los problemas del sur. Nunca lo hace con respecto a los problemas del norte. Los migrantes siempre se vinculan a su sociedad y país de procedencia, nunca son percibidos como actores constitutivos de la sociedad del norte. Esto representa una pérdida para las sociedades occidentales pues el migrante constituye un punto de referencia que puede ayudar a comprender las problemáticas y a mejorar la relación Norte - Sur.

Las ONGs tampoco acostumbran a hablar de la cuestión de la migración y cuando ellas lo hacen los migrantes están ausentes del debate. Cuando se trata de hablar de los efectos de la migración en los países del sur los migrantes están presentes pero cuando se trata de hablar de la migración de los países del norte, están totalmente ausentes del debate. Esto conlleva a que el Estado financie las ONGs para poder estudiar el tema desde el punto de vista de las sociedades de acogida. Las ONGs se encuentra entre dos posiciones: ser el relevo del discurso institucional, que es el que financia sus actividades con una comunicación centrada en el tema del retorno, y ser la crítica a las políticas de retorno. Su situación es delicada pues se encuentra entre un rol de colaboración y un rol contestatario.

Cómo organizan los migrantes su propia comunicación

Toda esta política parte de la idea del retorno y del cese de las migraciones pero nunca se habla de las condiciones de los migrantes en la sociedad de acogida. Esto es algo muy importante, los migrantes aunque estén presentes en la sociedad de acogida a lo largo de 3 o 4 generaciones no son aceptados como una parte constitutiva de la sociedad de acogida. Siempre son considerados como extranjeros aunque sus hijos y los hijos de sus hijos hayan nacido en el país de acogida. Hay una incapacidad intelectual para considerar al migrante como parte constitutiva del espacio sociopolítico.

Si nos fijamos en la inmigración marroquí, el grupo de mujeres se organiza y subdivide en organizaciones de "mujeres ateas", de "mujeres homosexuales", de "mujeres musulmanas, laicas y homosexuales". Sus organizaciones siempre aparecen relacionadas con la religión, aunque en realidad la práctica de la religión no genera ningún problema en Bélgica porque no existe ninguna obstrucción a los derechos religiosos. El conjunto de la población sufre discriminación en el mercado de trabajo, en el acceso a los servicios públicos y sobretodo en materia de vivienda, pero las organizaciones de inmigrantes se subdividen en función de la imagen que reproduce la televisión y no en función de los problemas que tienen en común.

La comunicación es en un principio poco estructurada, poco formal. Para empezar cabe preguntarse quien es el migrante, de que problemática participa el migrante, está implicado en cuestiones ligadas al Sur o al Norte. Asimismo existen nuevas prácticas que pueden sorprender a los migrantes porque son aceptadas en las sociedades del norte. Un ejemplo lo constituyen las residencias de la tercera edad. Para los migrantes que trabajan tendrán muchos más problemas para llevar a sus mayores a una residencia de los que tendría un belga. Entonces deberíamos preguntarnos cual es la singularidad o especificidad del migrante. A esta pregunta los migrantes aún no han respondido, no han dado su propio punto de vista. Al preguntarnos sobre cuales son las diferencias existentes entre la población migrante y otros grupos de población desfavorecida las respuestas no son muy claras.

El migrante pone en evidencia si hay un problema en el seno de la comunicación. Cuando comunicamos la primera pregunta que surge es en el nombre de quien comunicamos nosotros. Aunque sea una comunicación muy incipiente siempre hay una cuestión de representatividad en juego. Sobre el proceso de delegación a partir del cual habla el migrante tampoco existen aún respuestas claras y precisas.

Un aporte positivo que constituye un verdadero milagro social en el ámbito de la comunicación es la aparición del movimiento de los sin papeles en Bélgica. Se trata de un movimiento formado por migrantes clandestinos que han conseguido hoy en Bélgica por primera vez en su historia constituirse como actores políticos. En Bélgica existe una situación que ralla casi la ciencia ficción en la que una persona que no tiene papeles, que no existe legalmente, va a poder hacer un discurso en el seno del parlamento en nombre de su movimiento. Esos migrantes que son clandestinos sin seguridad jurídica alguna y que pueden llegar a ser expulsados o detenidos por la policía, hoy están organizando una verdadera comunicación propia y están interpelando tanto las sociedades del norte en cuanto a su capacidad de solidaridad, como a su rol y responsabilidad en el orden económico mundial. Este es un hecho increíble que ha sorprendido al conjunto de los progresistas belgas.

Retos y perspectivas

Los principales retos y perspectivas que entran en juego en Bélgica tienen que ver con la cuestión de la representatividad: quien habla de quien. También la cuestión del ámbito de competencias: cual es el ámbito de competencias del migrante en un debate y porque un migrante es más pertinente para hablar que un no-migrante. El tercer reto es el de pasar de una lectura esencialista a una lectura sociopolítica, aceptando que el migrante no está determinado por su cultura de origen, ni por sus genes, sino por cuestiones socioeconómicas y sociopolíticas. El último reto es hacia donde miran los migrantes, hacia origen, hacia la sociedad de acogida o simplemente hacia las dos

sociedades preguntándose sobre el vínculo que las relaciona a las dos sociedades.

Conclusión

Dos últimas cuestiones: la importancia del migrante en el discurso ideológico de la gestión de nuestras sociedades, es decir, se habla de migrantes no solo para hablar de migrantes sino también para hablar de nosotros. Los migrantes juegan un rol instrumental ideológico a nivel económico, todo el mundo lo sabe. Si se observa quien trabaja en los restaurantes, quien trabaja en el sector público. En casi todos los países europeos ocupan trabajos en las capas más sensibles. Pero también se habla de este rol instrumental en la producción de comunicación de nuestra sociedad en relación a nuestros problemas. En definitiva, existe una debilidad de la participación de los migrantes en la construcción de la comunicación de la que es objeto. Esto quiere decir que, por un lado, los migrantes hablan poco de los propios migrantes, pero sobretodo que ellos no son nunca quienes ponen sobre la mesa la cuestión de la migración. La manera de la que hablamos de la migración no está nunca definida por los migrantes. El marco del debate es definido por las instituciones, en el seno de ese encuadre a menudo el migrante participa a título personal pero actualmente a día de hoy el migrante no ha puesto la cuestión sobre la mesa.

DEBATE

Quería saber si hay alguna diferencia entre el norte y el sur (flamencos y balones) de Bélgica respecto al tratamiento que se hace de la inmigración, y ¿qué opina del auge tan potente que ha tenido la ultra derecha en el panorama político belga?

Primero. Hay que explicar que los flamencos, la parte holandesa de Bélgica, ha sido ella misma durante mucho tiempo en el siglo pasado una población migrante que se desplazaba del norte al sur del país. Existe toda una serie de frustraciones culturales, como la utilización de la lengua principalmente puesto que para un holandés del siglo pasado si quería triunfar socialmente debía hablar francés, no holandés. Frustraciones de migrantes de todo tipo sobre las que la ultra derecha ha construido su discurso. La historia ha cambiado, los flamencos ya no son los antiguos migrantes. Se han convertido en los ricos de Bélgica.

Segundo. Las fuertes migraciones, especialmente la española, se han dirigido hacia las zonas del sur que son industriales. Hoy puede constatarse que las ciudades que han tenido un pasado industrial ha habido una buena mezcla de población migrante. Antes no existía pero hoy si hay un racismo que empieza a desarrollarse. Esto no quiere decir que una población obrera por definición no puede ser racista. Quiere decir que cuando las políticas se definen bien pueden convertirse en el primer eslabón contra el racismo.

Tercero. Es común en toda Europa y un gran motor de fuerza centrífuga, los diferenciales de desarrollo económico que existen entre los países europeos. Esto se observa en España, pero también en Italia o incluso en Francia o Bélgica. Vivimos en una sociedad cada vez más liberal en la cual la solidaridad no es un valor en sí mismo. Por eso hay gente que dice: en nombre de que o de quien yo debo ser solidario hacia los demás. Para empezar hay un rechazo por parte de flamencos pero también de balones que afirman que si los migrantes están en el paro es porque son unos vagos. Cuando una sociedad deja de estar basada en la solidaridad, en la etapa siguiente se llega a la exclusión de los más débiles.

Desde la perspectiva belga, ¿cómo sería el futuro en términos de composición de la sociedad? ¿Cual sería la reacción de la sociedad? ¿Es posible imaginar que la sociedad belga reconozca los derechos de los trabajadores, que se reconozca la existencia de derechos universales de los trabajadores, así como han hecho con la circulación de las mercancías mediante la firma de los Tratados de Libre Comercio?

Desgraciadamente, yo no lo creo. Para empezar hay muy pocos extranjeros en Bélgica. Los belgas que se marchan para instalarse en el extranjero son tantos como los extranjeros que llegan a Bélgica. Sin embargo, actualmente soy bastante pesimista. Hoy por hoy deben saber que hay un movimiento de sin papeles que el año pasado empezaron por la ocupación de iglesias y lugares con valor simbólico, que después de un año de lucha no han conseguido ningún avance en derechos. Hoy empiezan a llevar a cabo acciones más radicales y suicidas como inmolarsse con fuego, saltar a la carretera... El discurso sobre los inmigrantes es el mejor aliado de la derecha. Cuanto más se habla de ellos y menos de sus derechos es un discurso propagandista para la derecha de Bélgica, que cada vez ocupa más espacio en la escena política. Soy poco optimista sobre el avance de los derechos de los trabajadores y el de los derechos de los trabajadores migrantes.

La perspectiva transnacional dentro del proceso de la migración implica que el migrante es alguien que está en dos naciones a la vez y que se preocupa por tener derechos en los dos lugares: votar en su país y votar en su país de acogida. ¿Piensas que esta perspectiva, actualmente de moda en el análisis de los flujos migratorios, estaría obstaculizando la lucha de los migrantes por sus derechos en el país en donde han llegado?

Efectivamente hay dos ejemplos concretos. La llegada a Bélgica de una migración sudamericana, una migración más politizada, ha permitido a los migrantes estructurar mejor el debate, su acción social y política. Aquí tenemos un ejemplo de difusión cultural del sur al norte que permite a la gente que tienen una conciencia política más afinada o más construida de luchar mejor por sus derechos. Algo distinto ocurre con el caso de la inmigración marroquí. El proceso de difusión cultural y de democratización de la vida política que sale de Bélgica hacia Marruecos solo involucra a las élites migrantes intelectuales y culturales y, en su mayoría, el migrante es ante todo migrante económico y no hay una transferencia cultural. Sin embargo, el migrante juega un rol de primer orden en el ámbito financiero. Bien sabido es que para muchos países los flujos financieros que llegan a través de las remesas son más importante que las transferencias procedentes de la ayuda al desarrollo. La solidaridad privada que llega de manos de estos migrantes que trabajan en pésimas condiciones de trabajo es superior a lo que nuestras sociedades ricas envían. Por ello participan en el desarrollo de sus países de origen.

Yo quisiera saber si los inmigrantes en Bélgica son necesarios o no.

Al preguntar a un empresario si necesita a alguien que trabaje por la mitad del sueldo de otra persona la respuesta es sí. Al preguntar a los poderes públicos si queréis evitar la construcción de residencias para la tercera edad porque podemos hacer venir enfermeros de Hungría, la respuesta

es si. Al preguntar a la gente si le interesa comer en un restaurante por 3 o 4 euros porque hay un clandestino en la cocina que trabaja por nada, la respuesta es que si. Al preguntar a los agricultores si necesitan una población que venga de forma estacional para ayudarlos en la recolección y que no tengan derechos la respuesta es si. En definitiva, la sociedad necesita migrantes pero migrantes con el mínimo de derechos. El problema no viene de la inmigración, el problema llega cuando el migrante dice que quiere ser tratado como el resto. Un ejemplo concreto, los estudios econométricos en Bélgica y en el norte de Europa muestran que cuanto más largo es el periodo de estancia de los migrantes las posibilidades de encontrar trabajo disminuyen. Esto es debido a que cuanto más tiempo se quede en el país, sus exigencias salariales van a parecerse cada vez más a las de la población local. Ciertamente, se necesitan migrantes pero migrantes jóvenes, especialmente si son solteros, que no estén enfermos ni politizados y que no hablen la lengua. Otro ejemplo sería el resultante de considerar la probabilidad del migrante de encontrar trabajo en país como Bélgica o en el conjunto de Europa del Norte. Esta probabilidad aumenta si no habla la lengua del país y si no ha cursado estudios. Contrariamente si ha realizado estudios la probabilidad de encontrar trabajo disminuye. Todo esto está demostrado estadísticamente, son resultados corroborados que son trasladables al conjunto de Europa. “Si eres un migrante, has estudiado, y quieres ser reconocido como un ciudadano, no vengas”. Pero si eres un migrante que está dispuesto a trabajar en lo que sea y no pedir derechos, serás bienvenido tanto por la derecha como por la izquierda, sobretudo por la derecha. En Bélgica la obertura de la migración para salvar la Seguridad Social es una reivindicación de la patronal belga, no de la izquierda.

¿Cuales son los mecanismos utilizados para repatriar a los migrantes y reinsertarlos en sus países de origen y, de ellos, cuales son los más efectivos?

Me gustaría empezar por reformular la pregunta: está en el ámbito de las políticas el definir estas condiciones o pertenece a la voluntad del migrante de escoger si quiere volver o no a su país y en qué condiciones quiere volver. La mayor parte de migrantes, sobretudo aquellos que han nacido aquí en nombre de que debemos nosotros forzarlos a retornar, y en nombre de que debemos imponer un proyecto de naturaleza socioeconómica. A esta pregunta yo no tengo respuesta y no quiero tenerla porque corresponde a los propios migrantes decidirlo, incluso definir los términos en los que quieren debatir el tema, si es o no es una solución y en que medida es una solución. Si la pregunta fuera: cuales son las condiciones que debe tener una persona que migra hacia los países del sur y que no tiene la garantía de los derechos sociales, un salario mínimo y el rechazo de toda una serie de explotaciones.

Volver al índice

Conclusiones

Medios y tercer sector: ¿periodismo social y/o recuperar lo social de la comunicación?

Según Javier Erro, la relación entre codesarrollo y comunicación plantea varios desafíos: cuestiona la capacidad de las ONGDs y de los medios para presentar una imagen de la inmigración alejada de connotaciones peyorativas y victimistas, destapa las dificultades de las ONGDs para asumir su dimensión comunicativa, y muestra los problemas que subyacen en los medios para cumplir con su responsabilidad social.

El modelo actual de comunicación que predomina en las ONGDs manifiesta carencias para evitar que los medios presenten la inmigración como una amenaza pública y el problema central ya no es que los medios deformen la realidad sino que su importancia social es tal, que no la tergiversan, sino que la construyen. En general, los medios criminalizan públicamente al inmigrante, lo presentan como una amenaza social, y para evitarlo debería darse el salto desde una comunicación institucional y privada (modelo vigente) hacia una comunicación social basada en los principios de responsabilidad y transformación social. Erro se muestra pesimista ante la capacidad de las ONGs para frenar esta imagen deteriorada que los medios construyen respecto al inmigrante.

Para Erro, el tema es que hoy en día la comunicación es tan importante que no puede estar únicamente en manos de los medios, debe exigirse la responsabilidad social de los medios pero no podemos permitir que sean sólo los periodistas los que definan las imágenes y estructuras sociales, no podemos permitir que el control social y el debate sean corporativos, y en ese sentido las ONGDs tienen un largo camino que recorrer.

Partiendo de lo anterior, Hildegart corrobora sus afirmaciones a partir de los resultados del estudio que realizó sobre la imagen que los medios de comunicación y las ONGD difunden de los países en vías de desarrollo en situaciones de emergencia y en situaciones de normalidad. Como resultado de su estudio, Hildegart establece una serie de coincidencias, diferencias e influencias sobre el trabajo que realizan las ONGD y los medios de comunicación cuando tratan hechos y situaciones que se producen en los Países en Vías de Desarrollo (PVD).

Coincidencias: En circunstancias de catástrofe se suele presentar a los habitantes de los PVD de acuerdo con tres estereotipos: víctimas, dependientes y seres egoístas o insolidarios. Además, se les muestra como sujetos pacientes de las acciones, las sufren. La mujer de los PVD tiene una imagen

más favorable. Las autoridades de estos países son representados en situaciones de catástrofe y guerra, en procesos electorales y cuando adoptan alguna política con repercusión mediática.

Diferencias: Los estereotipos coinciden en los comunicados de las ONGD y en las noticias de los medios de comunicación, pero estos últimos los muestran notablemente exagerados. En los comunicados de las ONGD suelen estar más presentes en circunstancias de catástrofe. La imagen que difunden de las autoridades es con frecuencia más favorable en los medios de comunicación que en las notas de prensa de las ONGD.

Influencia: Mediante sus comunicados, las ONGD influyen en las noticias y en situaciones de catástrofe, contribuyen al asentamiento de los estereotipos mencionados entre la opinión pública. En situaciones de normalidad, las notas de prensa de las ONGD promueven la difusión de una imagen favorable de estas poblaciones. Deberían reducir la presencia de los estereotipos mencionados en sus comunicados y aportar a los medios una mayor cantidad de contenidos que narren aspectos positivos de esas poblaciones.

Propuesta: Inclusión en las estrategias de comunicación de las ONGS de un apartado en el que se aclare explícitamente qué imagen quiere difundir de los habitantes de los PVD, el diseño de tácticas para materializar ese objetivo a través de los comunicados de prensa, y el establecimiento de sistemas que permitan evaluar las medidas adoptadas.

Medios de Comunicación y Tercer Sector, experiencias de comunicación.

Todos los participantes se muestran de acuerdo en el poco tratamiento que reciben los temas de carácter social por parte de los medios. En el seguimiento mediático se transmiten escasas noticias vinculadas tanto al fenómeno de la inmigración como a experiencias sobre cooperación y codesarrollo. En el caso de la televisión, su protagonismo en parrilla es casi nulo. Se plantea la necesidad de que las televisiones públicas tomen conciencia y actúen como servicio público, ofreciendo un mayor número de programas que aborden esta temática.

Debería garantizarse a los ciudadanos la posibilidad, ya sea en televisión, radio o prensa, de acceder a este tipo de informaciones. La presencia de nuevos ciudadanos fruto de los procesos migratorios debería favorecer su presencia en los medios, no como inmigrantes, sino como ciudadanos de pleno derecho. Si los medios de comunicación no acaban reflejando dicho cambio social, estos nuevos ciudadanos acabaran por encerrarse en los medios de sus propios países porque no pueden identificarse ni hacer suyos los medios del país de acogida.

Como respuesta a estas carencias, la *Assemblea per la Comunicació Social* (ACS), de la que es miembro Carme Mayugo, propone crear una televisión y una radio especializadas en transmitir información sobre movimientos y cambios sociales. Partiendo del concepto de comunicación libre y comunitaria se trataría de ofrecer un medio audiovisual propio a los colectivos de la ciudad de Barcelona, un canal de comunicación útil para las organizaciones que trabajan en el tercer sector. Según Carme, la titularidad o propiedad de emisoras de radio y televisión garantizaría la autonomía e independencia en el uso, sin pasar por los filtros de los medios públicos e institucionales, controlados a menudo por mayorías parlamentarias o grupos privado-comerciales.

Desde otro punto de vista, Mar Vallecillos opina que las carencias en la relación medios de comunicación y Tercer Sector son debidas a las crisis que sufren los medios de comunicación tradicionales. Frente a ello, la Red o Internet se perfila como una alternativa comunicativa que cada vez goza de mayor precisión en la transmisión y gestión de la información. Una alternativa con mayor libertad para facilitar el acceso a informaciones respecto a realidades, problemas y necesidades sociales, con mayor independencia para gestionar la visibilidad de los movimientos sociales.

Análisis de las estrategias comunicativas de las ONGs.

Al abordar hoy las tácticas o estrategias de las campañas de sensibilización, marketing social o educación en valores, se detectan deficiencias como la falta de claridad en las líneas de actuación y las limitaciones de tiempo, el solapamiento de acciones de distinta naturaleza, el excesivo dramatismo y emotividad que se imprime a las acciones e imágenes, provocando la insensibilidad entre la gente y minando la eficacia de la acción. Este tratamiento no prepara un buen terreno para la educación en valores. A corto plazo las estrategias más dramáticas son las que obtienen más resultados, pero a medio y largo plazo solo alimentan un sentimiento de culpabilidad que acaba causando fatiga y eximiendo de responsabilidades a la sociedad, en definitiva, provocando la pérdida de credibilidad de las ONGs.

La organización de grupos de discusión moderados por especialistas nos ha permitido abordar y reflexionar en voz alta sobre distintos aspectos del marketing social, sensibilización y educación en valores.

Las campañas de marketing social son una estrategia muy útil y beneficiosa para las ONGs si se plantea en unos términos claros y existe compromiso por ambas partes. Lo más importante en las alianzas es el buen entendimiento de las partes pues las dificultades suelen surgir básicamente de la “diferencia de idiomas utilizados”. Si las ONGs quieren formar alianzas con empresas es necesario que “aprendan su idioma” y se den a conocer “con el idioma de la empresa”. La creación de la figura

del mediador entre empresas y ONGs podría contribuir a mejorar este diálogo entre ambos interlocutores.

Respecto a las estrategias de sensibilización, según Iolanda Fresnillo es importante tener en cuenta que la acción de sensibilización debe inscribirse en una acción más global en la que los mensajes expliquen la situación, sus causas y posibles soluciones. De igual modo, tratar de introducir a los medios de comunicación en la estrategia de sensibilización puede depender de lo imaginativa sea la acción. La presencia en los medios genera sin duda un mayor impacto público de la acción.

En el ámbito de la educación para el desarrollo, entendida como una parte de la educación en valores, el enfoque actual se centra en los objetivos que tienen que ver con el surgimiento de ciudadanos globales, personas que rechazan las injusticias y que entienden que sus acciones influyen tanto a nivel local como global. Trabajar estos conceptos en un aula siempre implica tiempo, y a menudo los fondos son a corto plazo. Internet puede ofrecer nuevas oportunidades en este ámbito, llegando a nuevos públicos y generando redes de trabajo.

Comunicación y Nuevas Tecnologías.

El proyecto **Forum Virtual**, presentado por Maria Peix, es una herramienta de comunicación y construcción de la Red de Agentes de Codesarrollo de Pagesos Solidaris, creada para facilitar la participación de los agentes en el esquema de trabajo del codesarrollo circular y el trabajo en red. La apuesta por el codesarrollo, la participación y las nuevas tecnologías se apoyan en la convicción de que el uso de estos medios sirve para luchar por mejorar la calidad de vida de las comunidades más desfavorecidas. La comunicación se convierte en medio para el desarrollo y las nuevas tecnologías en canal de comunicación. La participación de los agentes en dicho Forum muestra niveles muy dispares. Maria critica que mientras un grupo se muestra muy activo, otro no participa ni se implica activamente en la iniciativa. Las causas de deben en gran medida debidas a dificultades en el acceso a Internet desde sus comunidades de residencia, deficiencias formativas en el uso y manejo de nuevas tecnologías, carencia de hábito de participación constante y poco arraigo del sentimiento de pertenencia a la red. Frente a dichos obstáculos, se están configurando, a partir de la reflexión, diversas líneas de actuación: potenciar los Puntos de Información y Comunicación (PICs) en las comunidades de los agentes, fomentar su participación mediante el trabajo en red con la Asociación Vegga (entidad que ha desarrollado un software telemático para facilitar la gestión participativa virtual, Participa 1.0), mejorar la formación en nuevas tecnologías y promover el sentimiento de construcción colectiva, básico para generar pertenencia y apropiación de la red.

Nuevos Espacios para la Comunicación

La comunicación social también puede ser trabajada a través de la cocina, tal y como nos muestra *Mescladís*. Utilizando como lenguaje las actividades y actitudes culinarias, se crean puentes de contacto y relación entre los distintos colectivos sociales de la ciudad de Barcelona, especialmente entre ciudadanos de origen extranjero y autóctonos. Nacho y Martín proponen con *Mescladís* un lugar de encuentro abierto a todos los vecinos de la ciudad para que, a través de la cocina, se establezca el contacto y el conocimiento que elimina prejuicios y estereotipos. Se organizan talleres de cocina con niños y desde el aprendizaje se trabaja la diversidad cultural y el refuerzo escolar. Se usa la cocina como canal de sensibilización y educación, ciudadanos de diverso origen acuden a los talleres, explican su historia, la historia del plato que proponen para ser cocinado, las festividades con las que se relaciona, enseñan a prepararlo y a cocinarlo, los niños lo prueban y lo comparten en casa con sus familias. Comunicación, educación y sensibilización intercultural llevadas a la práctica a través de la cocina como hecho aglutinador y enriquecedor.

La comunicación social, el caso de Méjico, Ecuador y Bélgica.

A lo largo de la sesión del sábado se han presentado varios ejemplos sobre el uso, beneficios y nuevas oportunidades que ofrecen los procesos de comunicación social.

El caso de Méjico nos muestra como la comunicación puede ser una herramienta clave en la promoción de procesos de desarrollo rural comunitario. Partiendo de la situación en que se encontraban algunas zonas rurales marginadas, con un gran potencial agropecuario y medioambiental pero marcadamente deprimidas y aisladas del resto del país, la comunicación al desarrollo posibilitó un importante cambio de perspectiva. El Sistema de Comunicación Rural puesto en práctica construyó una red de comunicación entre los agentes del territorio –institucionales y campesinado- para poner en juego sus puntos de vista y conseguir un consenso a la hora de establecer soluciones a los problemas. El proceso de diálogo puso sobre la mesa el saber de cada grupo y las posibles opciones o respuestas que se generaban a partir de este pensamiento. Este enfoque metodológico permitió utilizar la comunicación como un recurso para reivindicar la capacidad de pensar y de transformar la realidad por parte de los propios campesinos y supuso que quienes toman las decisiones en el gobierno están abiertos a modificar las políticas en función de la perspectiva campesina. Un ejemplo más, entre otros muchos, que contribuye a evidenciar que la comunicación es fundamental para el desarrollo humano, social y económico.

En el caso de Ecuador, la emigración masiva de los últimos años ha situado los procesos de comunicación como piedra angular de la cohesión social y familiar de todo un país. La crisis económica, social, financiera e institucional que vive Ecuador desde 1999 ha supuesto un cambio

significativo en las pautas migratorias y ha comportado cambios profundos en la sociedad ecuatoriana. La migración deja de estar ligada a determinadas zonas geográficas para convertirse en una realidad nacional. El componente urbano y el marcado carácter femenino de dicha migración suponen graves incertidumbres para la opinión pública del país, sobretodo en lo que respecta a la institución familiar. La comunicación transnacional se convierte pues en un mecanismo clave para mantener los lazos entre los migrantes y sus familias. Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación (NTC) facilitan este tipo de comunicación, pero también son importantes las llamadas telefónicas y las cartas.

Por último, y para el caso belga, la comunicación también constituye una herramienta de visibilización-encubrimiento de la realidad social y de los grupos existentes, aunque estén al margen de la legalidad. Este es el caso de los inmigrantes (sinónimo de trabajadores extranjeros) que en países con una larga historia migratoria, como es el caso de Bélgica, siguen siendo considerados como tales y se les niega su existencia en cualquier otra esfera distinta a la laboral. Los medios de comunicación hacen eco de esta situación con palabras como sin papeles o minorías étnicas, y utilizan discursos ambivalentes respecto a la integración, entendida como asimilación, y al racismo con el conocido “yo no soy racista pero rechazo las diferencias”. Cada vez se extiende más la idea que los migrantes realicen sus propias aportaciones a la comunicación, que no hablen por ellos y que sean ellos mismos los que hablen. Sin embargo, parece que sus opiniones sean aún solo consideradas cuando se les pregunta por el Sur no cuando los temas de discusión solo se refieren al Norte. Continúa negándoseles la participación como miembros activos de la sociedad del Norte, y el rol de las ONGs se encuentra a caballo entre perpetuar el discurso institucional mediante los fondos que reciben para sus actividades y criticar al discurso del retorno. Hoy la voz de los migrantes se oye clara y firme a través del movimiento de los sin papeles, que por primera vez han conseguido plantear sus puntos de vista y opiniones sobre la sociedad de acogida belga. En cuanto al futuro cabría preguntarse por “quien habla de quien y sobre qué”, es decir, los representantes de los migrantes lo son en virtud de qué y para qué. Y por último, cual es el sentido de que los migrantes hablen de determinadas cuestiones como migrantes y no como simples conciudadanos y si deben responder a la petición de nuestra sociedad de abordar la cuestión de la migración o debemos dejar que sean ellos quienes decidan si quieren abordarla y de que manera.

Volver al índice

ANEXOS

Presentación VI Jornadas de Codesarrollo.

Jaume Font Planells, director Pagesos Solidaris.

Buenos días a todos. Para empezar el acto de presentación de las VI Jornadas de Codesarrollo querría agradecer a todos, de parte de todo el equipo de Pagesos Solidaris, el hecho de venir hasta la Barceloneta. Este año son las sextas jornadas que organizamos y para llegar hemos hecho un largo recorrido del que hemos recogido muchas experiencias. Empezamos en el año 2001 y por primera vez, desde aquellos inicios, ya no somos los únicos que organizamos jornadas, seminarios o encuentros respecto al codesarrollo. Algunos de los actos que se celebran bien pronto son por ejemplo las IV Jornadas senegalesas, dedicadas a tratar los fenómenos de la inmigración y el codesarrollo en el mundo rural, mañana y pasado en Girona; en Valencia, del 14 al 16 de noviembre se celebran también unas jornadas de codesarrollo, en Madrid del 15 al 17 de noviembre se organiza el Seminario de Codesarrollo: nuevos actores, nuevos mercados; y por último el seminario que organiza la Dirección General de Integración de los Inmigrantes en Cartagena de Indias sobre la migración como elemento en la agenda de codesarrollo. Podríamos decir que nos encontramos en la semana del codesarrollo con un total de cinco encuentros respecto al tema. Creemos que es un buen momento para tomar el pulso al estado de la conceptualización, reflexión y práctica en que se encuentra el codesarrollo.

El año pasado organizamos unas jornadas que giraban alrededor de experiencias prácticas y procesos participativos, donde los protagonistas fueron las personas que llevan a cabo proyectos de codesarrollo: desde asociaciones de inmigrantes hasta agentes de codesarrollo de nuestra entidad, pasando por otros tipos de instituciones. Este año nos hemos marcado una nueva apuesta, hemos planteado un nuevo reto: tratar la cuestión de la comunicación en codesarrollo. Creemos que es un buen momento para hablar de comunicación. De hecho, a finales de octubre coincidieron en el tiempo dos acontecimientos muy importantes. Por un lado, el Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo celebrado en Roma donde se ha discutido cuál es la mejor manera para establecer vinculación entre el fenómeno del desarrollo y la comunicación¹¹³. Por otro lado, el lanzamiento del Pacto Mundial de los Medios de Comunicación de Naciones Unidas según el que se pide a los medios de comunicación difundir más información sobre las actuaciones que se llevan a término en desarrollo¹¹⁴. Este es un buen momento para abordar con serenidad y espíritu crítico cuál es el papel de la comunicación. En este sentido, el objetivo de las jornadas es el de pensar y reflexionar respecto a las experiencias que ya se han dado en comunicación en el mundo de la migración y el desarrollo para extraer lecciones que nos puedan ser de utilidad en el terreno del codesarrollo. A partir de aquí, estaríamos en situación de responder a cuestiones tales como, ¿es

¹¹³ Página oficial del Congreso: <http://www.devcomm-congress.org/worldbank/public.asp>

¹¹⁴ Para más información consultar: <http://www.un.org/spanish/News/fullstorynews.asp?NewsID=8036>

necesaria una comunicación diferente? ¿Es una oportunidad para generar una comunicación más social que permita fortalecer los procesos de codesarrollo? ¿Qué papel debe jugar esta comunicación? Los diferentes participantes tratarán estas cuestiones, ya sea de forma más conceptual, más dinámica, a través del debate o bien de manera más práctica (en la sesión de esta tarde se organizarán tres talleres prácticos). Deseamos que cuando finalicen las jornadas todos nos llevemos algún aprendizaje a casa que nos permita mejorar el trabajo que llevan a cabo instituciones y personas –agentes y migrantes- respecto a codesarrollo y comunicación.

Sé que ésta no es una presentación muy institucional. El acto más institucional lo dejamos para el cierre de las jornadas, a cargo del actual director de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo, el Sr. Álex Masllorens. No querría quitar más protagonismo a los ponentes, que son quienes realmente nos aportarán contenidos para debatir y reflexionar, sólo querría añadir dos breves comentarios. En la entrada del Centro Cívico encontraréis una exposición que reúne las fotografías más destacadas del concurso Fotoconnecta't, una iniciativa de Pagesos Solidaris en la que los migrantes que trabajan en las campañas agrarias de las comarcas de Lleida recogen en fotografías la experiencia de trabajar y vivir en el campo. Os recomiendo que la visitéis, las fotografías son de gran calidad y resumen muy bien esta experiencia. Por otro lado quisiera agradecer al Centro Cívico La Barceloneta que nos haya facilitado el espacio para poder celebrar estas jornadas. Cada año vamos cambiando de escenario, las jornadas son itinerantes y este hecho nos permite también acercarnos a diferentes colectivos de la ciudad. Os animo a participar decididamente en estas jornadas y a plantear el máximo de preguntas posibles en los espacios de debate.

A continuación y para comenzar el espacio de ponencias, tengo a mi lado a Javier Erro. Como presentación me gustaría decir que Javier es una persona con largo recorrido en el mundo de la comunicación. Es profesor e investigador de comunicación y educación para el desarrollo en la Universidad de Navarra y también es coordinador de la Fundación Paz y Tercer Mundo de Navarra. Coordina también junto a Teresa Burgui el Foro de Comunicación, Educación y Ciudadanía. Entre sus más de treinta publicaciones, entre libros y artículos, hay un libro muy recomendable, "Descubrir y construir procesos de comunicación social: aportes para diseñar políticas, estrategias y estructuras de comunicación en las Ongs", publicado por Egoa en el año 2003. La ponencia que nos va a presentar lleva por título "Medios y Tercer Sector, el periodismo social" y en ella trata de recuperar lo social de la comunicación abordando cuál es el papel de la misma y si realmente desde la comunicación, con una visión más social, se puede contribuir a fomentar acciones más solidarias. Sin más preámbulos, paso la palabra a Javier.

Volver al índice

TV3, Tot un món.

Carles Solà

Carles Solà responsable del programa de TV3 "Tot un món". Periodista, ha trabajado en prensa, radio y desde el 89 esta vinculado a televisión de Cataluña, donde ha ocupado diferentes cargos. Ha cubierto hechos de la historia reciente como las guerras del Golfo y de Sarajevo, la crisis de Irak del año 98, la visita del Papa a Cuba el 98. Ha realizado documentales de temática histórica y social. Desde junio del 2004 es director y redactor del programa "Tot un món" dedicado a la inmigración y diversidad cultural de Cataluña. Es miembro de la Mesa por la Diversidad Cultural del Audiovisual organismo que vela por la presencia multicultural y la diversidad en los medios audiovisuales de Cataluña.

Cuando en el verano de 2004 hicimos los primeros pasos para la creación de un espacio dedicado a informar sobre el fenómeno de la inmigración, no había en las televisiones del entorno más inmediato ningún ejemplo de este tipo de programas. Aún así, Barcelona TV (BTV) emitía desde el año 1999 un informativo en 18 idiomas presentado por hablantes de estas lenguas y, desde el 2003, el canal 33 hacía el programa Karakia. Ni uno ni otro, aún representando dos oasis en el desierto existente, nos sirvieron para saber como enfocar un programa que tratase la realidad de la nueva población de Catalunya. Este vacío hizo que se iniciara una investigación más allá del ámbito audiovisual catalán sobre ejemplos de programas de televisión que nos sirvieran de referencia.

En aquel momento, el verano de 2004, encontramos a nivel internacional algunos pocos ejemplos de programas sobre la inmigración como "Un mondo a colori" (un mundo de colores) de la RAI italiana, que entonces ya tenía 5 años de existencia. "D'aci et d'ailleurs" (De aquí y de allá) del canal TV5 del Québec o, más cerca, "Andalucía sin fronteras" del Canal Sur, que acababa de empezar ese mismo año.

Lo que observamos es que estos programas se situaban en las franjas horarias extremas de las parrillas de programación de los canales donde se emitían. Parecía que aunque hubiera voluntad de tratar el tema no se acababa de apostar por darles demasiado protagonismo en la parrilla. Era como si dijese: tenemos que prestar atención al fenómeno de la inmigración pero no hace falta que le demos demasiado protagonismo. Parecían más hechos para cubrir el expediente que no para influir sobre las respectivas audiencias.

En el caso de Tot un món, TV3 decidió situarnos los sábados y domingos justo antes del Telenoticias, con lo cual nos convertíamos en el programa mejor situado de los ejemplos que habíamos visto y en consecuencia, podíamos captar un público que en principio no lo habríamos ido a buscar expresamente.

Aunque no estábamos situados en lo que se conoce como “prime time”, Televisió de Catalunya apostó por hacer un programa informativo sobre inmigración en un horario dónde las audiencias ya no son nada desdeñables y hacerlo en el primer canal de la cadena, es decir, TV3.

Lo que hemos podido comprobar durante las dos primeras temporadas del programa es lo conveniente que era un espacio de estas características porque, año tras año, la sociedad catalana ha ido cambiando y ha tenido una necesidad creciente de conocer y entender el nuevo entorno. Quizás por esto, las televisiones han ido incorporando a sus parrillas programas sobre el fenómeno de la inmigración.

A finales del 2004 se inició la emisión de “Els nous catalans” (Los nuevos catalanes) de TVE de Catalunya y en julio de 2005 nace en Televisión Española “Con todos los acentos”. En este 2006 ha habido en TV3 una apuesta clara por tratar la inmigración. Situando en “prime time” el programa “Un lloc estrany” (Un lugar extraño), una forma amena y desenfadada de acercarse a los recién llegados, a sus opiniones, las maneras de vivir y de vernos y que ha tenido audiencias medias de 700.000 espectadores.

Por otro lado, podemos afirmar que, como mínimo, las televisiones públicas han tomado conciencia de la necesidad de actuar como servicio público que son y tener programas dedicados a informar sobre la evolución de la inmigración, a divulgar las diferentes maneras de vivir, las realidades que conviven en el país y a combatir los estereotipos y los rumores que enrarecen la convivencia. En este sentido, podemos hablar de aportaciones para la inclusión, de pedagogía de la diversidad y de atención especial a los cambios sociales que se han producido, con voluntad de explicarlos al conjunto de la población para luchar contra los estereotipos y los tópicos más enraizados.

En esta misma línea hace falta incluir las televisiones locales que, en la medida de sus posibilidades, han incorporado en sus parrillas programas que acercan a sus audiencias la realidad de los inmigrantes que han ido a vivir a sus municipios. “Orígens” de GranollersTV, “De tots colors” del 9TV, “Pati Latino” de Televisió de l’Hospitalet y “Diccionari de la diversitat” elaborado por un equipo pedagógico por encargo de la Diputació de Barcelona y que emiten diversas televisiones, son solo algunos de los ejemplos de programas que han ido surgiendo con el objetivo de dar a conocer el fenómeno de la inmigración.

Pero no podemos decir lo mismo de las televisiones privadas de ámbito español. En estos canales hay un vacío absoluto de espacios dedicados a tratar sobre la nueva ciudadanía. Con excepción de algún reportaje puntual o algún programa donde se debate sobre esta temática, la realidad es que

hay un desierto y que no parece que haya la voluntad de cambiar esta situación. En lo que hace referencia al tratamiento de las noticias que tienen como protagonistas a personas recién llegadas no siempre se respetan los principios deontológicos que se aplican al resto de la población. Es un poco aquello de: ¡con la inmigración todo vale!

Volviendo a las televisiones públicas, en el otro lado de la balanza encontramos que en estos mismos medios y fuera de los espacios dedicados a la inmigración, los recién llegados continúan siendo vistos como espectadores pasivos y no como elementos activos de los programas informativos y de debate. Sigue faltando más participación y presencia de la nueva población en los informativos diarios, que sus organizaciones sean consideradas fuentes fiables y que sus opiniones sean interesantes y queridas para los programas de debate y ya no solo en el papel de inmigrantes sino como nuevos ciudadanos del país con una opinión formada sobre cualquier cuestión de la vida cotidiana.

Ahora hace seis años el informe del Observatori Migracom sobre el tratamiento de los inmigrantes no comunitarios en los medios de comunicación de Catalunya hacía esta valoración de la situación que en algunos aspectos continúa plenamente vigente:

“El análisis nos ha proporcionado datos como el carácter negativo casi generalizado, la escasez de variedad en la temática desarrollada y la uniformidad de las fuentes informativas donde detectamos casi una ausencia directa del inmigrante. De hecho, no aparece como sujeto que realiza una acción sino como objeto directo o indirecto de las acciones gubernamentales y de las fuerzas de seguridad del Estado. Otros datos que podemos extraer de un primer estudio de la muestra es el uso de un léxico claramente negativo y una intertextualidad basada en temas de sucesos y en el debate político nacional es la que envuelve las unidades informativas sobre la inmigración no comunitaria”.

Por tanto diríamos que el tratamiento de las informaciones que tienen a personas inmigradas como protagonistas no siempre responden a los criterios y recomendaciones que se han hecho, desde hace tiempo, por instituciones como el Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) o el Col·legi de Periodistes, ni para el caso de TV3 con las regulaciones internas de que se han dotado los medios de la Corporació Catalana de Radio i Televisió (CCRTV).

Para poner solo un ejemplo, tanto el CAC como la CCRTV coinciden en recomendar que *“las noticias eviten las generalizaciones y los tópicos y que no se limiten a las situaciones de conflicto y que eviten las asociaciones indebidas y otros conceptos y realidades”*, pero aún demasiado a menudo seguimos oyendo diariamente en las noticias conceptos como los de mafia rumana,

inmigrantes ilegales, banda de peruanos...etc, donde no se tiene en cuenta este principio. El otro gran ausente de las redacciones continua siendo la fuente informativa procedente de la inmigración. En este sentido los organismos dicen que *“entre las fuentes informativas debería existir, al lado de las versiones oficiales, también los mismos inmigrantes, sus organizaciones, ONGs”* y que *“en el decurso de la información sobre la inmigración debería garantizarse especialmente también a las personas y colectivos inmigrantes, su derecho a la libertad de expresión”*.

Por esta razón, independientemente que sigan existiendo programas que tratan específicamente el tema de la inmigración, hace falta que haya políticas activas de fomento de la multiculturalidad en los medios de comunicación públicos y, en paralelo, la formación de los profesionales de estos medios para tratar con más conocimiento, temas relacionados con las diferentes culturas, creencias, maneras de vivir y opinar de los nuevos catalanes.

En este sentido, hace poco presenté en un grupo de trabajo que ha empezado a funcionar en Televisió de Catalunya un grupo de propuestas que iban en esta línea y entre las que destacaría:

- La elaboración de un listado de personas inmigrantes de referencia para ser consultadas y para que puedan intervenir en espacios informativos y programas de debate, de entrevistas...
- La elaboración de un listado de entidades relacionadas con la inmigración y la diversidad cultural y de sus interlocutores para que pueda ser utilizada como fuente fiable para los servicios informativos y programas de Televisión de Catalunya.
- Que favorezca la participación de personas inmigrantes como público, como concursantes, como invitados y en series de ficción para visualizar la diversidad de la nueva sociedad catalana.
- Que incorporen periodistas procedentes de la inmigración reciente en los servicios informativos como redactores y presentadores de programas de Televisión de Catalunya. Hacer el seguimiento de estas incorporaciones y de los resultados e informar periódicamente.
- Y que se forme a los periodistas en temas específicos alrededor de la inmigración y la diversidad cultural y se favorezca el aprendizaje de algunas de las principales lenguas de la nueva población.

Y como reflexión final, querría decir que los medios audiovisuales no reflejan suficiente el cambio que ha supuesto para nuestra sociedad y, por eso, una parte de esta sociedad, la recién llegada, no siente como propios estos medios o solo se ve reflejada como un hecho alieno al país, o demasiado a menudo relacionado con estereotipos y tópicos o con informaciones de temática negativa. Si no damos la vuelta a estas situaciones podemos encontrarnos con un grueso importante de población que continua mirando las televisiones de sus países de origen con antenas parabólicas y que se

cierra cada vez más a la participación activa en los medios de comunicación del país, que también deberían ser los suyos, porque si han decidido hacer su vida aquí, y hablando de la televisión pública catalana, también es la suya.

Objetivos de las tres temporadas:

En la primera temporada Tot un món (Todo un mundo, nombre escogido para el programa después de un largo debate) se propuso responder en unos setenta capítulos, las principales preguntas que la población de Catalunya se podía hacer sobre la inmigración.

Los reportajes pretendían difundir los diferentes aspectos relacionados con la nueva inmigración y la diversidad cultural desde las experiencias personales de los inmigrantes y de las personas que, en contacto con ellos, trabajan para su integración desde todos los ámbitos de la sociedad. Intentamos deshacer tópicos y errores, y ayudar a acabar con rumores, informando de la realidad social de los inmigrantes y de sus culturas y creencias.

Tot un món afrontó la segunda temporada de emisión con el objetivo de obtener una fotografía real de la población que ha venido a vivir a Catalunya. Para hacerlo, el equipo de Tot un món ha recorrido 41 comarcas buscando ejemplos de buenas prácticas, problemáticas y maneras de resolverlas y también de trayectorias personales.

A finales de julio habremos emitido 78 capítulos que quieren dar a conocer la realidad de la nueva población en Catalunya desde el punto de vista de las personas inmigrantes y de la población de acogida. Hemos explicado que se está haciendo desde las instituciones, las asociaciones y con las iniciativas personales, para acoger e integrar los nuevos catalanes y recoger sus experiencias y opiniones.

La propuesta que formulamos para la tercera temporada de Tot un món es la de hacer un conjunto de retratos de las personas recién llegadas que viven entre nosotros.

Queremos hacer una aproximación a este conjunto de población catalana a través del cual podemos responder las preguntas que la audiencia de Tot un món se hace sobre sus nuevos vecinos. Queremos que el conjunto de capítulos de la tercera temporada sirva de aproximación a las diferentes realidades de la sociedad catalana actual y contribuya a romper los tópicos y estereotipos que aún persisten acercándolos a la realidad con la que conviven cada día.

Pensamos que poniendo el acento en el propio sujeto y en sus experiencias y vivencias contribuiremos a: poner de manifiesto la heterogeneidad dentro de los colectivos migrantes, generar empatías y, conocer la diversidad de formas de interacción social que se producen, así como las condiciones en que estas interacciones tienen lugar.

Se trata de hacerles un seguimiento en sus lugares de trabajo, descubriendo que sectores ocupan, conociendo sus preocupaciones por el trabajo, sus proyectos laborales y profesionales, los cambios de lugar de trabajo y las condiciones en que llegaron a Catalunya. Si han continuado formándose, si tienen planes de crear su propia empresa y si ya lo han hecho, como les va, que apoyos y que dificultades han encontrado.

Queremos verles en el entorno familiar para conocer los problemas que comporta el alejamiento de la familia o el proceso de reagrupamiento, si ya lo han hecho. Que nos expliquen si han podido alquilar con facilidad, si piensan comprar una vivienda, si se sienten integrados con el vecindario, si han hecho amigos, como pasan los fines de semana, como es la relación padres-hijos.

Nos interesa conocer como viven los adolescentes y los jóvenes, el cambio de país, de sociedad, de valores, de maneras de vivir. En este caso, queremos que nos digan como ven el futuro, si estudian o trabajan, que nos muestren como se divierten, si comparten muchas cosas con los jóvenes autóctonos, si han formado pareja, como les ha ido, si se han independizado o piensan hacerlo, o si ni les ha pasado por la cabeza.

Profundizaremos en los sentimientos de pertenencia, en la percepción de la aceptación y el rechazo que han tenido desde su llegada para saber si se sienten como el resto de ciudadanos o han padecido discriminación, episodios de racismo o xenofobia. Conocer de cerca como se imaginan su futuro, si lo ven aquí, en Catalunya, o volviendo a su país de origen habiendo hecho realidad sus proyectos personales.

Y también les pediremos que opinen de los autóctonos, como nos ven y como se han sentido tratados por nosotros.

En definitiva, los personajes protagonistas de esta tercera serie de Tot un món nos permitirán trabajar temas previamente prefijados, para poder, de esta manera, plantear nuevas temáticas y a la vez profundizar en aquellos aspectos ya tratados en etapas anteriores del programa.

Volver al índice

COM Ràdio, TotsxTots. Siscu Baiges.

Redactor del programa Totsxtots de COM Ràdio y de Món Obert de Radio l'Hospitalet dedicados al Tercer Mundo, la cooperación al desarrollo, la solidaridad y las ONGs. Licenciado en Ciencias de la Información y en Psicología, ha trabajado en diversos medios como el Diari de Barcelona y Ràdio Quatre. Ha escrito diversos libros que tienen como eje temático la solidaridad internacional y la política. Entre otros títulos, ha publicado *Las ONG de desarrollo en España, los dilemas de la cooperación*. Preside la asociación de periodistas preocupados por el Tercer Mundo y los derechos humanos SICOM - Solidaritat i comunicació.

La asociación “Solidaridad y Comunicación- SICOM”, a la cual pertenezco, se esfuerza desde hace doce años para llevar temas relacionados con la construcción de un mundo más justo y solidario a medios de comunicación públicos y privados: el papel de las asociaciones solidarias y humanitarias, el de las administraciones que dedican partidas económicas, la agobiante situación de los países en vías de desarrollo o de aquellos que sufren conflictos bélicos y agresiones a los derechos humanos fundamentales.

Con paciencia y voluntarismo hemos conseguido espacios puntuales en emisoras como Radio Gracia, Radio Cuatro, Radio Estel, Com Radio, Catalunya Radio y Radio Hospitalet y durante tres temporadas, en Barcelona Televisión. También guardamos un buen recuerdo del periodo en el que hicimos el programa “Sólo SOS” en la televisión del barrio del Clot de Barcelona.

En algunos casos el trabajo ha sido absolutamente voluntarista, pero como es sabido, el voluntarismo no dura eternamente. Para vivir hacen falta unos ingresos, y conseguirlos no siempre es compatible con dedicar horas a ocupaciones no remuneradas. Nos hemos especializado en hacer programas en los medios de comunicación a partir de subvenciones que nos conceden las administraciones públicas, los medios son más receptivos a nuestras propuestas si nos presentamos con costes cubiertos.

El momento más satisfactorio probablemente fue cuando Catalunya Cultura nos cedió un espacio de unos quince minutos diarios para hablar de estas cuestiones. Durante aquella temporada las Ongs solidarias y humanitarias que actuaban en Catalunya tuvieron la sensación de que siempre había alguien que hacía difusión de sus actividades. Cabe reconocer los esfuerzos de la Agencia Catalana de Cooperación al Desarrollo para que esta iniciativa fuera llevada a cabo.

Pero, ¿podemos ir más allá de pedir 15 minutos al día para hablar de la enorme vitalidad del mundo asociativo solidario catalán? Seguro, no dejaremos de insistir para recuperar estos 15 minutos y para forzar a los gestores de los medios de comunicación públicos a que nos abran más espacios.

Cabe destacar la apuesta que ha hecho Com Radio los últimos once años para mantener en antena el programa *Tots per tots*, que como conoce mucha gente del mundo de la cooperación al desarrollo, aquí es el decano de la comunicación solidaria.

Tots per tots nació prácticamente con Com Radio, es decir, tiene también 10 años de vida. Se llamó de diversos modos, antes era *Veus del món*, pero desde hace 8 años se ha consolidado como nombre *Tots per tots*. Tenemos el triste privilegio de ser el único programa que mantiene esta continua inclinación social en la radio generalista y en conjunto, en los medios de comunicación escritos y audiovisuales. Nos caracteriza una doble vertiente, solidaridad internacional y temática social de nuestro país, todo y que los temas de cooperación al desarrollo en el Tercer Mundo son la mayoría de los que tratamos.

Organizamos el programa con cuatro colaboraciones y tres temas. Enric Sopena (Injusticia de la Semana), Ignasi Riera (El Glop. Temas muy sociales) y Arcadi Oliveres (La última Palabra: derechos humanos y temas internacionales), además de un reportaje semanal de Vilafranca Solidaria (actividades descentralizadas). Una vez al mes tenemos la sección "L'altraveu", en la que los estudiantes de la Universidad Ramón Llull nos presentan una Ongd y sus proyectos. También una vez al mes, Esther Marquina hace una sección sobre el SIDA, "Todos positivos". Nos enfrentamos a la difícil disyuntiva de elegir entre tanta vida solidaria como hay y los temas de más actualidad, las Ongds nos demandan una mayor presencia que precariamente podemos satisfacer. La dirección y la presentación del programa corren a cargo de Francesc Triola que se ha convertido en una especie de canal o voz del periodismo solidario catalán. Hay colectivos que siempre lo buscan cuando se tiene que presentar algún acto o manifestación solidaria.

No somos los propietarios de la información solidaria, se han dado otras iniciativas, pero el canal de los medios impresos es de más difícil acceso que el de los medios audiovisuales. Una página en un periódico es mucho más cara que media hora de radio o de televisión. En este ámbito es importante dejar constancia del inmenso trabajo realizado por Eva Martín cada jueves en El Periódico de Catalunya, como responsable de la página dedicada a la Agenda de la Cooperación, referente del mundo solidario durante mucho tiempo.

A los que nos interesa conocer y explicar los porqués de este mundo donde 500 ricos tienen el mismo dinero que 400 millones de personas, se nos ha abierto la opción de Internet. En Internet podemos colgar nuestros artículos, nuestras entrevistas, escritas, habladas y vistas. Empiezan a nacer las televisiones por Internet, un espacio que años atrás parecía inaccesible por la complejidad

del medio, con una pequeña cámara se puede registrar una entrevista sencilla y colgarla en la red. Las voces y los rostros de las mujeres afganas que visitan Barcelona para explicar su combate cotidiano, la voz de los denunciantes de abusos sexuales a menores en Camboya o la de los cooperantes que combaten el Sida en África pueden ser registrados y ofrecidos a través de televisiones abiertas en la red.

Una vez más, es importante plantearse si estas nuevas ventanas serán suficientes, si servirán para alguna cosa más que para no sentirse inútiles ante un mundo que no nos gusta y que se mueve de forma pesada y entendemos que no siempre en la dirección correcta.

No se trata de imponer nada pero es cierto que la mayoría de los humanos consideramos adecuada la teoría de la educación obligatoria. Si a nuestros hijos y hijas les diésemos a elegir entre ir a la escuela o a jugar al patio o a la playa no lo dudaríamos. Los hacemos ir a la escuela contra su predisposición al entretenimiento. Puede ser que con los adultos se debiera hacer algo semejante. No se trata de obligar a nadie a sentarse ante el televisor para que se trague un debate sobre porqué las farmacéuticas ayudan tan poco a combatir las enfermedades que sufren centenares de millones de personas en los países pobres, pero si que se trataría de ofrecerles la opción de ver estos debates.

La iniciativa privada no ayudará en nada a hacer real esta propuesta. Los medios privados están concebidos para ganar dinero y no moverán un dedo para hacer pedagogía solidaria. Sólo se sumarán a la carrera solidaria el día que vean que a los espectadores y a los oyentes les interesan estos programas y estas informaciones.

Sólo pedimos que un rato cada día los ciudadanos tengan la opción de ponerse al día sobre los trabajos y combates personales y colectivos que intentan equilibrar la balanza de este mundo de pocos ricos y muchos pobres, de gourmets de comida y de gente que pasa hambre, de piscinas llenas de agua potable sin usuarios y de personas muertas de sed, de hospitales para hincharse los pechos y de ciegos que nadie opera de cataratas, de países llenos de viejos y otros donde la esperanza de vida se sitúa en el límite de los cuarenta años.

Después de 12 años de trabajo, SICOM no da la batalla por perdida y sigue pinchando a los directivos de los medios para que bajen de su pedestal y acepten dar un poco de tiempo y atención a las Ongs solidarias y humanitarias, que entiendan que la preocupación por el hambre y la pobreza en el mundo no es cosa de un día, asistir a la inauguración del curso anual de las Naciones Unidas o informar de un tsunami en el este de Asia.

Y si continúan bajo el miedo de las cifras de audiencia no nos quedará más remedio que buscar en Internet el espacio que nos niegan. “Canal Solidario” así lo ha hecho desde hace unos cuantos años i no cesa, cosa que es de agradecer.

En este momento, muchos medios de comunicación se plantean qué hacer con el tema de la inmigración. Algunos se han animado a hacer programas para acercarse a los recién llegados. Son tantos y su presencia es tan evidente entre la ciudadanía que quizás sí merecen que les dediquemos programas de radio y televisión específicos. ¡Cuidado con lo que se hace! Poco avanzaremos si pasamos de hacer “reality-shows” catalanes a hacerlos con protagonistas originarios de otros lugares.

Dicen que hay alarma social porque llegan a España muchos senegaleses o porque hay barrios que tienen más ecuatorianos que autóctonos. A mi me alarma que a tan poca gente parece interesarle cómo es el Senegal del que proceden estas personas o el Ecuador de donde nos han llegado decenas de miles de personas los últimos años.

Volver al índice

Asamblea por la Comunicación Social, LaTele. **Carme Mayugo.**

Miembro de la Asamblea por la comunicación Social. Periodista y educadora, esta realizando un curso de doctorado sobre Comunicación y Periodismo en la Universidad de Santiago de Compostela. El año 96 fundó con otros profesionales "Teleduca, educación y comunicación", un colectivo de trabajo interdisciplinar especializado en educación y comunicación que realiza talleres prácticos y proyectos comunitarios basados en el audiovisual como herramienta socioeducativa, entre otras actividades. Desde el 2003 forma parte de la comisión coordinadora de la asociación Mitjans-Red de educadores y comunicadores. Y también desde el 2003, forma parte del grupo promotor de la Asamblea por la Comunicación Social y ha participado en la creación de la Red Estatal de Medios Comunitarios.

La Asamblea por la Comunicación Social (ACS) es un proyecto de debate y acción en el campo de la comunicación que tienen como objetivos la creación de una televisión y una radio de los movimientos sociales, y también la crítica y la transformación del modelo comunicativo dominante. La ACS surgió hace ahora tres años y medio como una propuesta para trasladar al ámbito comunicativo-mediático la experiencia de numerosas iniciativas sociales en la práctica de los movimientos en red. Desde la primera asamblea celebrada en abril de 2003 ha habido numerosos colectivos y mucha gente que se ha implicado de una manera u otra en el proyecto.

La campaña inicial "*Okupem les ones*" fue seguida por una gran diversidad de acciones alrededor de la demanda (y la exigencia) de podernos dotar de una frecuencia de radio y otra de televisión (140 solicitudes fueron presentadas para registro), que se gestionaran desde un espacio de confluencia de los colectivos sociales y cuya titularidad les correspondiese directamente. Desde los movimientos de transformación social se trata de tener presencia en el espacio de radiodifusión en igualdad de condiciones a los sectores público-institucional y privado-comercial. Así ha sido como, durante todo este tiempo, se han ido celebrando asambleas presenciales, producido programas de radio y televisión, participado en infinidad de jornadas y actos, organizado proyecciones e intervenciones en el espacio público, etc.

La idea ha sido siempre que la ACS, abierta a todos los colectivos de transformación y crítica social y también a todas que las personas que quieran participar, se vaya erigiendo en una plataforma organizativa y de trabajo horizontal, cogestionada y codecisional. Dadas las dificultades estratégicas y la imposibilidad legal de acceder en igualdad de condiciones respecto a los poderes políticos y económicos en el espacio radioeléctrico (la emisión por ondas hertzianas donde radica la estructuración del sistema de difusión audiovisual), la Asamblea por la Comunicación Social priorizó la titularidad compartida de una radio y una televisión por parte de todos los integrantes. Estos dos medios se contemplaban como imprescindibles para asegurar un foro de debate constante y

autónomo entre todas las almas del movimiento, y también un espacio de encuentro y confrontación con el conjunto de la sociedad. Tanto la radio como la televisión –cada una con sus posibilidades técnicas, formales y de lenguajes- pueden facilitar la articulación y la coordinación de movimientos e iniciativas a través del intercambio comunicativo, y la gestión horizontal y colectivizada.

LaTele en marcha: experimentación y resistencia

Actualmente se está emitiendo de manera estable por La Tele, en el canal 52 de UHF, justo después de Cuatro (antiguo Canal+) y antes de Teletaxi. Por lo tanto, se ha conseguido ya uno de los medios prioritarios en este caso, la televisión. La cobertura actual de la ciudad de Barcelona es parcial: entre el Parque Güell (arriba de todo del barrio de Gracia) por arriba, y la plaza España y la plaza de las Glorias por un lado y otro. Dentro de esta franja, también llega la señal hasta el mar, pero con más problemas. Esta es la zona donde se puede recibir LaTele, aunque no es una garantía al ciento por ciento. Para llegar a sintonizarla, es necesario tener una antena individual o una de “cuernos”, con la antena colectiva directamente no se ve. Por eso, la campaña de esta primavera para evitar el cierre por parte de la Generalitat se tituló “Ponle cuernos al nuevo modelo de televisión”, en referencia a que se estaba aprovechando la migración obligada de la televisión de cobertura local del sistema analógico al digital para restringir todavía más el acceso a la emisión por ondas.

A pesar de las limitaciones técnicas, los impedimentos legislativos vigentes y las amenazas constantes del poder hegemónico de restringir la presencia en el espacio radioeléctrico a aquellas cadenas que tengan otorgada una licencia de TDT (Televisión Digital Terrestre) local, LaTele tiene emisiones regulares desde hace casi dos años. Los colectivos sociales de Barcelona nos hemos podido dotar de un medio audiovisual propio que utiliza las ondas hertzianas como canal de difusión. El gran reto es que desde los diversos movimientos y las diferentes organizaciones del tercer sector así como también la ciudadanía crítica con el sistema mediático imperante nos convenzamos de las enormes posibilidades que ofrece LaTele. Ha llegado el momento de darle uso a diestro y siniestro participando en la programación, aportando producciones al archivo audiovisual, creando vídeos de las movidas que invisibilizan o sesgan las otras televisiones, etcétera. En definitiva, es el momento de usar un espacio de comunicación que nos pertenece porque es sólo nuestro pero que sólo podrá continuar existiendo si todos y todas creemos en él, le damos vida y lo utilizamos.

¿O quizás ya nos está bien que los colectivos sociales y la ciudadanía vuelvan a quedarse sin disponer de un espacio propio en las ondas radioeléctricas? No dejemos perder otra oportunidad. LaTele es un medio donde aprender a crear un modelo de televisión diferente entre todos y todas, donde comunicarnos realmente y donde poder reflejar nuestra realidad social. La intención es ir

perfeccionando progresivamente la calidad difusora e implementando poco a poco una mayor potencia de emisión para consolidar el alcance de una programación autogestionada que llegue a toda la ciudad de Barcelona. La estrategia actual de la ACS es que LaTele sea una realidad cada vez más palpable mientras reivindicamos un tercer sector audiovisual para producir y difundir nuestros contenidos sin intermediarios.

Tomar la palabra y auto organizar un sector comunicativo propio

La idea que vertebra toda la tarea de la ACS desde 2003 es el desarrollo del concepto de comunicación libre y comunitaria como eje de articulación de los movimientos de transformación social. Para hacerlo posible, son necesarias experiencias reales que pongan en práctica los principios de un sistema comunicativo diametralmente diferente al hegemónico i que sirvan a captar los grandes retos a los que todavía tenemos que enfrentarnos para garantizar un acceso autónomo de los colectivos y la ciudadanía a los servicios de comunicación audiovisual.

Un elemento clave es lograr tanto la titularidad como la propiedad de emisoras de radio y televisión de raíz comunitaria, para asegurar el derecho a la comunicación sin tener que pasar por la criba de los medios públicos-institucionales, controlados por las mayorías parlamentarias y los gobiernos de turno, o de los privados-comerciales, ligados a intereses económicos y a menudo, también partidistas. Esto implica estructurar espacios de coordinación amplios y ágiles, fórmulas de organización y de gestión horizontales, criterios de acceso a la programación claros y abiertos, participación activa en la producción de contenidos, socialización de conocimientos y de uso de las tecnologías audiovisuales, etcétera. Pero sobre todo convencernos que el sistema comunicativo actual podría ser diferente y necesitamos cambiarlo para que lo sea.

Aplicarlo en el día a día implica reflexión, experimentación, debate, mecanismos de funcionamiento, creatividad, ensayos y errores. Por eso, es muy importante que se pongan en marcha experiencias concretas como LaTele. En definitiva, tenemos que ser capaces de inventarnos y también de ir consensuando con el tiempo como podemos ser realizables y perdurables. La cuestión es determinar qué supone, por ejemplo, una televisión gestionada desde los movimientos sociales, de titularidad colectiva. Construir un medio audiovisual donde nadie dé la “palabra” sino donde la tomemos y sobre todo la compartamos. Tenemos que saber superar, con propuestas transformadoras, terminologías enquistadas como democracia, libertad de expresión, acceso y participación.

¿Qué democracia tenemos en el terreno de la comunicación audiovisual? Si renunciamos a una herramienta como LaTele y otros medios libres y comunitarios que perviven en Cataluña, la ciudadanía y los colectivos sociales perderemos definitivamente un derecho esencial en la sociedad

actual: disponer de espacios propios en las ondas radioeléctricas. Aquí radica la importancia de reivindicar un tercer sector audiovisual desde la acción, que nos permita producir y difundir nuestros contenidos sin intermediarios. LaTele es un espacio ideal donde aprender a crear un modelo de televisión diferente entre todos y todas, donde comunicarnos realmente y donde poder reflejar nuestra realidad social.

Reconocimiento residual a la Ley de la comunicación audiovisual

En las últimas campañas de la Asamblea por la Comunicación Social se ha trabajado duro para conseguir el reconocimiento del tercer sector audiovisual a la *Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña* y también para convertirlo en una demanda social de primer orden para romper las desigualdades persistentes en el sistema comunicativo que se ha ido estructurando durante más de 30 años de democracia representativa. En esta Ley se contemplan las radios y las televisiones comunitarias (artículos 70 y 71 del capítulo “Servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro”), pero se trata de un reconocimiento muy marginal y que no va acompañado de ninguna medida que garantice su existencia y la pervivencia.

Desde la Asamblea por la Comunicación Social (ACS) consideramos que la Ley aprobada es engañosa y contradictoria por tres razones fundamentales:

- Por primera vez, exime la actividad audiovisual privada de formar parte del espacio público de radiodifusión. Con la aplicación de la nueva Ley, únicamente los medios audiovisuales que pertenecen a las administraciones (Generalitat y ayuntamientos) se consideran “servicio público”. El articulado modifica el régimen actual de radio y televisión, que siempre venía determinado por la función pública, ya fuesen titulares las diversas administraciones o bien empresas privadas. Con esta Ley, las radios y las televisiones privadas dejarán de ser servicio público y, por tanto, la gestión de estos medios pasa a tratarse como una actividad económica cualquiera.
- Si bien plantea la regulación de las “actividades audiovisuales sin ánimo de lucro”, lo hace considerándolas dentro de las “actividades audiovisuales privadas”, y, por lo tanto, las regula en función de las condiciones que se aplican a los medios comerciales: formar parte de la gestión indirecta y competir por acceder a las ondas.
- La “actividad sin ánimo de lucro” podría encajar perfectamente en los principios establecidos para la regulación de “servicios públicos” de comunicación audiovisual, pero, al tratarse de medios autónomos respecto las administraciones, pasan a considerarse simplemente “actividades privadas”. Por un lado, se les pide que “contribuyan a la obtención de finalidades de interés general, como la educación y la cultura” (y podrán gozar de ayudas públicas dirigidas específicamente a este sector), mientras que, por otro lado; se les somete a la

disponibilidad del espacio radioeléctrico (esto es, a competir por el espacio en condiciones de competencia desigual con los medios comerciales).

Al echar adelante esta Ley, se colocan las iniciativas de comunicación comunitaria en una situación de desubicación, indefinición y desamparo que no mejorará nada (bien al contrario) sus posibilidades actuales (no reguladas) de desarrollo como medios democráticos, independientes y horizontales. La demanda de la Asamblea por la Comunicación Social en la cámara legislativa era bien sencilla y asequible: introducir los medios comunitarios en el sistema audiovisual catalán en condiciones de igualdad respecto a los públicos-institucionales y privados-comerciales. La Ley introduce la posibilidad de una reserva de espacio radioeléctrico para la actividad audiovisual realizada para entidades sin ánimo de lucro y establece algunas medidas de fomento de este segmento. Se trata de un pequeño avance respecto a la legislación anterior pero sólo como una declaración de intenciones porque no se establece ningún mínimo de reserva de ondas hertzianas para la comunicación comunitaria y esta aparece como un segmento muy poco definido, residual y marginado.

El contexto del tercer sector audiovisual

En el Estado español ninguna de las leyes, los decretos y los reglamentos que -dentro de un marco legal pretendidamente caótico- han pretendido regular el ámbito comunicativo no ha previsto hasta ahora la garantía de existencia de una tercera tipología de radios y televisiones: la libre y comunitaria que se reúne bajo el epígrafe de tercer sector audiovisual. Desde la mitad de 2005 el gobierno central tiene parada la tramitación del anteproyecto de Ley General del Audiovisual para pasarla a discusión parlamentaria. El texto contempla los “servicios de difusión comunitaria” (artículo 18) y los “servicios de difusión de proximidad” (artículo 19) tanto de radio como de televisión. A pesar de esta situación de indefinición, el gobierno ha continuado aprobando los planes técnicos que han permitido poner en marcha el otorgamiento de licencias de televisión digital terrestre (TDT) local y de frecuencia modulada (FM). Pero como en la regulación vigente se contemplan de una manera muy indefinida y en total indefensión, las radios y las televisiones comunitarias no han quedado excluidas.

Por contra, se trata de un sector reconocido y regulado (y, en algunos casos, hasta protegido) a buena parte de los países que conforman la Unión Europea. Bélgica, Holanda, Alemania, Francia, Reino Unido, Irlanda y los países escandinavos han optado por modelos de legalización diversos. Si bien a veces han relegado estos medios a una supervivencia constrictiva y muy residual, al menos dan pistas de cómo estructurar un ámbito comunicativo mínimamente equilibrado y también qué trampas se han utilizado para no posibilitar el pleno desarrollo de este tercer sector audiovisual.

A pesar de este contexto esquivo, los últimos tres años se han ido consolidando iniciativas como: Pluralia TV en Valencia, Amatau TV en Bilbao, Sin Antena en Madrid, Asamblea para la Comunicación Social en Barcelona y algunas experiencias de *telestreets* en otras ciudades. Además se están generando nuevos proyectos de radio comunitaria y en resurgimiento de otros que han tenido que cerrar tiempo atrás. Por último, las numerosas experiencias de radios y no tantas de televisión que han conseguido mantenerse desde los 80 y 90 están buscando vías para profundizar más en aquello que comparten que en los rasgos diferenciales. Con modalidades y posicionamientos diversos, todas se proponen como herramienta de los colectivos sociales de base y buscan entroncar con amplios espacios de interacción ciudadana.

A pesar de la dispersión de planteamientos y las dificultades de articulación, el reconocimiento legal esta pasando a convertirse en un eje clave si se quiere asegurar la pervivencia de la comunicación comunitaria sin que dependa siempre de voluntarismos y momentos episódicos de empuje. Esto quiere decir generar un espacio amplio, fuerte y compacto de confluencia (con toda la heterogeneidad de propuestas que se ha querido encajar) que se postule ante el poder político y pueda abrir rondas de negociación con las diversas administraciones: gobierno central, comunidades autónomas, ayuntamientos e, incluso, instituciones europeas. Un buen indicio de todo esto es el dinamismo de la *Red Estatal de Medios Comunitarios (REMC)*, creada en octubre de 2005 y formada, en este momento, por unas 70 de radios libres y culturales, televisiones comunitarias, emisoras *on line*, publicaciones periódicas, espacios web, medios alternativos y también investigadores de Andalucía, Asturias, Baleares, Canarias, Castilla - La Mancha, Castilla-León, Cataluña, Euskadi, Galicia, Madrid, Murcia y País Valenciano.

En medio de todo esto el concepto de “tercer sector audiovisual” está tomando fuerza por que, en lugar de buscarlo como identificador, funciona más como ilustrador estratégico de las desigualdades que imperan en el sistema comunicativo actual. Por un lado, sirve para reclamar un espacio propio que no tenga que competir con las propuestas privadas-comerciales para conseguir frecuencias, pero que tampoco se confunda con el sector público-institucional. Por otro lado, permite visualizar que el actual sistema de medios audiovisuales es incompleto porque le falta una tercera pata. Sin obviar la vocación de servicio público, los medios que se están aglutinando alrededor del tercer sector audiovisual tienen un fundamento que sólo les pertenece a ellos: dinamizar el acceso pleno (o sea, como productores, programadores y gestores) de los colectivos sociales y los grupos comunitarios a los medios audiovisuales para ejercer manera efectiva el derecho a la comunicación.

www.okupemlesones.org / mitjanspropis@moviments.net o al teléfono 93 217 06 23

Volver al índice