

SIGLO XXI: HACIA UNA NUEVA GESTIÓN DEL CIESPAL¹

Fernando Checa Montúfar²

Hace unos cuanto años, cuando prácticamente todas las redes de comunicación aún estaban instaladas en la hermosa Quito, CIESPAL era nuestra casa principal, hogar de hogares, lugar de encuentro, espacio para no perder el rumbo y compartir las ideas. CIESPAL era una fiesta. En ese imponente edificio nacieron y vivieron encuentros, talleres, festivales. Radioapasionados y televisionarios de todas partes de América Latina y el mundo pasamos por esos salones y auditorios. Muchas y muchos leímos la legendaria Chasqui y algunos hasta pudimos publicar alguna que otra idea. Aprendimos, enseñamos, nos hicimos amigos. Crecimos. Luego algo sucedió. De pronto todas esas ilusiones y parte de las realidades se fueron desvaneciendo. Lo sembrado se cosechó pero ya no hubo más siembras, al menos no tan conocidas e incidentes como nos habíamos acostumbrado a tener.

Ernesto Lamas, Coordinador Regional de AMARC AL³

Efectivamente, el Ciespal en el siglo XX era una fiesta. Fiesta de conocimientos, propuestas, talleres, producciones, que se fue desvaneciendo. Ese espacio fermental de la siembra fue dando paso a una suerte de resaca que enmarcó su paso al, y su tránsito en, los inicios del siglo XXI; a un marasmo del que nos proponemos rescatarlo. En este sentido, las reflexiones y propuestas que a continuación vienen buscan, sobre todo, la recuperación del CIESPAL⁴ como un verdadero centro de estudios superiores de comunicación con fuerte presencia y posicionamiento en la región.

¹ Ponencia presentada en el CELACOM 2009, XIII Coloquio Internacional sobre la Escuela Latinoamericana de Comunicación, realizado en Marília, Estado de Sao Paulo, Brasil, entre el 20 y 22 de mayo de 2009.

² Director General del CIESPAL. Candidato a doctor por la Universidad de Michigan. Autor de artículos académicos y de algunos libros, entre otros: *De Angostura a las computadoras de Uribe: prensa escrita y crisis de marzo*. Quito: ABYA YALA, UDLA, 2008 (coord.); *Personas entre dos mundos: la migración imaginada en la prensa ecuatoriana*. Quito: ALER, 2008; *El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista*. Corporación Editora Nacional, Abya Yala, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, 2003.

³ Citado por Luis Dávila Loor, "Al fin un cambio en CIESPAL". En: *Revista Capital*, No. 19, Quito, abril de 2009, pp. 76-77.

⁴ Para un acercamiento a lo que el Ciespal fue y aportó en el siglo pasado, véanse los artículos de Cremilda Medina, Eduardo Meditsch, Daniel Prieto Castillo, José Steinsleger, José Marques de Melo & María C. Gobbi, José Marques de Melo, cuyas referencias se encuentran al final de este texto. En el caso del último, ver la Parte IV. LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN, capítulo 16. "Antes y después del CIESPAL" (pp.273 - 291) y el capítulo 18. "CIESPAL: cambio de rumbos" (pp. 316 - 323).

Principio fundamental

En el proceso de recuperación mencionado, un principio fundamental será **Democratizar la comunicación para democratizar la sociedad**. Esto significa que todos los sectores de la ciudadanía tengan no solo conciencia sino, sobre todo, la posibilidad real de ejercer plenamente la comunicación como un derecho, de consolidar una ampliación y democratización de la “esfera pública” como condición indispensable para superar las exclusiones de todo orden y fortalecer la democracia. Contribuir, en la medida de lo posible, a esa democratización será propósito central de la nueva gestión.

Y todo esto tiene complejas implicaciones en el ámbito de las industrias culturales, los poderes detrás de ellas, las reglas del juego (leyes y reglamentos), su gestión y recursos humanos, la infraestructura y soportes tecnológicos. Pero, también, en lo que son los diferentes procesos comunicacionales más allá, más acá o en torno a esas industrias y que adquieren sentido en la medida en que **se mira la comunicación desde la cultura** y cómo estas dos dimensiones de lo social se consubstancian. Esta será una perspectiva nodal en la gestión que se inicia.

Es necesario resaltar que la comunicación es una dimensión central de las sociedades actuales y de la democracia. De la *ciudad letrada*, de Ángel Rama, hemos pasado a la “ciudad mediática” o, en palabras de Verón, a la *sociedad mediatizada* en la cual hay una “transferencia total de las prácticas colectivas al universo de los medios” (Verón: 16).⁵ En este contexto, la información y los procesos de comunicación son crecientemente importantes para mejorar la calidad de vida y para profundizar la democracia, siempre y cuando esos procesos sean inclusivos, plurales, horizontales, dialógicos; es decir, que promuevan una auténtica CO-MU-NI-CA-CIÓN, donde los individuos puedan expresarse, dialogar en igualdad de condiciones, puedan ejercer con plenitud la comunicación como un derecho. Y esto implica que este derecho no es exclusivamente de periodistas, medios y comunicadores, sino de TODOS LOS CIUDADANOS.

En esta perspectiva, empezamos planteando una defensa radical e ineludible de la libertad de expresión y de prensa, pero en su doble dimensión, como derecho y responsabilidad, y en su ligazón indisoluble con el derecho a una información de calidad y a la posibilidad cierta de todos los ciudadanos a decir masivamente, a amplificar su voz; es decir, al derecho a la comunicación.

Implica también considerar que comunicación e información son bienes públicos; por tanto, sujetos al control social, incluso de los medios privados, a través de veedurías u observatorios de medios, entre otros mecanismos.

⁵ Coincidimos con Verón en lo de la importancia creciente que tienen los medios en las sociedades contemporáneas, pero no creemos que haya esa “transferencia total de las prácticas” pues hay espacios también importantes y significativos de una interacción cara a cara, de relaciones interpersonales y de otro tipo al margen de los medios; especialmente, en sectores donde estos no han penetrado todavía con fuerza e, incluso, en estos sectores.

En este contexto, un tema fundamental es la participación ciudadana que debe ser potenciada de diversas maneras para que sea eje vertebrador de esa democratización y que permita llegar a lo que Jesús Martín-Barbero denomina la **ciudadanía comunicativa**:

*lo propio de la **ciudadanía** hoy es el hallarse asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa (...) en la desposesión del **derecho a ser visto y oído**, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como colectivo, en el de las mayorías como de las minorías.*⁶

Es decir, una ciudadanía que se caracteriza por permitir que el ciudadano vea, lea, oiga críticamente, pero también que sea visto, leído, oído, tan plural y masivamente como sea posible. En suma, que la ciudadanía sea parte activa de una esfera pública democratizada. Este es un concepto amplio que tiene muchas implicaciones en las dos dimensiones planteadas:

Por un lado, ver, oír, leer; es decir, acceder en tanto principio democrático a un pluralidad de voces, lo cual implica necesariamente una democratización de la oferta mediática: no solo CNN, CBS o Fox; sino también Telesur; Al Jazeera. No solo Wall Street Journal o The Miami Herald, también IPS, Red Voltaire, Rebelión.⁷ Pero habrá que no solo garantizar ese acceso, sino optimizarlo. Y aquí el fomento de la lectura crítica y el desarrollo de procesos de educomunicación son fundamentales.

Por otro lado, el planteamiento de Jesús Martín-Barbero nos lleva a otra dimensión tan importante como infrecuente: ser visto, ser oído, ser leído; dimensión en la que habrá que poner mucho empeño pues implica, primero y principalmente, la democratización de la propiedad de los medios: defendemos el derecho a la existencia de los medios privados, pero también y equitativamente de los comunitarios, ciudadanos, públicos. Y la coyuntura para esto es favorable pues en ese afán democratizador se encuentran varios gobiernos, incluido el del Ecuador, y colectivos importantes de la región (AMARC, ALER, OCLACC...). Es importante contribuir no a “dar voz a los que no tienen”, pues todos la tienen, aunque la mayoría la tiene opacada, invisibilizada; sino a amplificar, difundir masivamente y democratizar la palabra.

⁶ Jesús Martín Barbero, “Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”. En: *Claves de Debate*, Guadalajara, ITESO, 2001; cit. por Rosalía Winocur: 96 – 97.

⁷ Con estos criterios, para octubre estamos organizando un evento internacional, “Encuentros de otro periodismo”, que busca, entre otras cosas, socializar experiencias y fortalecer alianzas al respecto.

Nuestra propuesta apunta a constituir y fortalecer la ciudadanía comunicativa; es decir la comunicación concebida y ejercida como un derecho pleno. Pero para ello habrá que considerar sus distintos niveles o grados, cuya especificidad demanda acciones y estrategias particulares aunque interconectadas. María Cristina Mata establece cuatro categorías al respecto que delimitan espacios y acciones e implican estrategias diferenciadas.

1. **Ciudadanía comunicativa formal:** el reconocimiento de los derechos a la información y comunicación en disposiciones jurídicas. En Ecuador estamos trabajando, con diversas organizaciones ciudadanas, académicas, gremiales, populares, etc.; en un proyecto de ley de comunicación cuyo principio y eje articulador es la comunicación como derecho.

2. **Ciudadanía comunicativa reconocida:** es el conocimiento o conciencia que tienen los individuos sobre esos derechos, es la ciudadanía comunicativa como “referente identitario”. La promoción de este principio y otros elementos articuladores de esa propuesta será, de múltiples maneras, una constante en la nueva gestión.

3. **Ciudadanía comunicativa ejercida:** es el desarrollo de “prácticas sociales reivindicatorias de esos derechos, en pos de su vigencia y/o ampliación”, es “la conciencia práctica”. En este sentido, generar y fortalecer prácticas informativas y comunicacionales ciudadanas será principio clave en nuestras actividades.

4. **Ciudadanía comunicativa ideal:** esta enmarca todas las propuestas que trazan el camino para alcanzar la utopía (“esa verdad prematura” como la define el poeta ecuatoriano Jorge Enrique Adoum) de la democratización de la comunicación para democratizar la sociedad. Nuestras acciones serán pensando en contribuir un poco a esa gran meta a la que solo se arribará con múltiples esfuerzos y alianzas.

Como lo hemos señalado, todo esto implica trabajar en la especificidad de cada tipo de ciudadanía, pero también en el ámbito de las condiciones objetivas y subjetivas (nuevamente Mata) para su ejercicio. En las primeras se encuentran las políticas y disposiciones jurídicas vigentes y que se están proponiendo; las lógicas informativas y comunicacionales hegemónicas, pero también las contrahegemónicas, para potenciarlas; las prácticas y movimientos sociales que buscan fortalecer esos derechos. En las segundas están los significados al respecto; las representaciones e imaginarios acerca del derecho a la comunicación; las motivaciones y las expectativas ciudadanas en torno a él.

Democratizar la comunicación, entonces, para democratizar la sociedad con participación ciudadana. Este principio fundamental articulará las líneas de acción o componentes siguientes que, en el mediano y largo plazo, esperamos, permitirán que el CIESPAL contribuya a esa utopía y, en el camino, recupere el liderazgo que tuvo desde su fundación (1959).

Investigación

Planteamos una investigación que enriquezca un saber y un pensar crítico sobre la comunicación y sus estrechas relaciones con la sociedad y la cultura. Una investigación que genere conocimientos desde el rigor científico y profundice el debate, el diálogo como centro del trabajo reflexivo que permita avanzar hacia la constitución de una comunidad cognoscitiva. Esto implica insertarnos más activamente en organizaciones de investigación como ALAIC. Pero, como paso previo, es necesario que el Ciespal contribuya a formar, establecer y consolidar una necesaria (los esfuerzos individuales valen pero son absolutamente insuficientes) **comunidad nacional de investigación de la comunicación**, de la que siempre se ha carecido en el Ecuador, pero asociada y para incidir en las comunidades internacionales que ya existen en la región y el mundo. Pero para ello habrá que impulsar una cultura de la investigación que es mínima en nuestro país.

Será necesario desarrollar investigaciones sobre las fases de producción, circulación y consumo de diferentes procesos comunicacionales y en contextos nacionales e internacionales que no solo permitan conocer esas realidades sino, a partir de ello, contribuir a su transformación y democratización. Investigar la “densidad simbólica y cultural” de la tecnología (Martín-Barbero) que dinamizan “multitudes inteligentes” (Howard Reinghold). O las formas desinstitucionalizadas de hacer política que practican diversas tribus urbanas o la biopolítica del consumo articulada de manera eficiente sobre todo por las industrias culturales u otras manifestaciones que se dan en el cruce vívido de comunicación, cultura y poder.

Un proyecto inmediato, y a tono con lo señalado al inicio, es la constitución de una **Veeduría de medios** que ya empezó a trabajar. Frente al poder de los medios y la necesidad social de controlarlos, hay tres posibilidades: regulaciones desde el Estado, autorregulación y observatorios, veedurías o controles ciudadanos. Nuestra propuesta considera importante apoyar desde la investigación esas 3 posibilidades, pero sobre todo consolidar esta última opción. Por ello, una actividad importante es el monitoreo, análisis y veeduría de los medios de comunicación, en el ámbito nacional pero con proyección regional, desde una perspectiva constructiva, propositiva, no estigmatizadora, que busque el mejoramiento de la calidad y la ética de la oferta mediática, para que los medios aporten al desarrollo de la democracia e impulsen la formación de una ciudadanía consciente de sus derechos y de la necesidad de su ejercicio. La apuesta es por un cambio saludable en los medios: incidir para mejorar sus prácticas o, como diría Rosa María Alfaro, “protesta con propuesta”.

En este sentido, la Veeduría de medios tiene 3 características, es crítica y rigurosa (desde la perspectiva de la investigación científica), propositiva para los medios y para la ciudadanía y completamente independiente de poderes políticos, económicos, empresariales, etc. Un aspecto importante será el registro de los atentados a la libertad de expresión de periodistas en las salas de redacción, como

complemento al que hace Fundamedios que se limita a registrar los atentados desde fuera que no siempre son los más frecuentes e intensos.⁸

Si bien la mayoría de medios son privados, orientados legítimamente al negocio, no se debe perder de perspectiva que también son o deben de ser de **servicio público**. En tal virtud, la veeduría busca que los medios, especialmente los públicos, ciudadanos y comunitarios, cumplan con este aspecto; es decir, que se basen en cuatro principios básicos, como lo ha planteado Gaetan Lapointe a propósito de la televisión pública: universalidad (accesible a todos los ciudadanos); con diversidad de géneros y públicos; con independencia de los poderes económicos, políticos y de otro tipo; y distinción o diferenciación de los medios comerciales, gubernamentales y tradicionales; es decir, que sean creativos, de calidad y con credibilidad.

La propuesta también implica que a partir de los análisis correspondientes se generen espacios de reflexión con periodistas, estudiantes, docentes y públicos diversos, para socializar los resultados y contribuir conjuntamente al enriquecimiento del ejercicio periodístico de los propios medios, a la optimización de otros procesos comunicacionales y a la educación de las audiencias en torno a sus consumos mediáticos. En este sentido, serán frecuentes los foros de discusión ciudadana, académica, gremial; para concretar ese carácter participativo en la crítica; potenciar la veeduría como espacio de formación académica y ciudadana para la investigación y la lectura crítica de la oferta mediática. Esto último permitirá que en el corto plazo vayamos hacia la constitución y fortalecimiento de una asociación de consumidores o usuarios de medios.⁹

Como resultado de las actividades ya iniciadas en la Veeduría, dos productos se están concretando. El uno es el periódico digital Mediaciones (www.ciespal.net/mediaciones) en el que publicamos los diversos análisis que realizamos y que además de visibilizar una mirada crítica a los medios, con las características mencionadas anteriormente, pretende ser un espacio abierto a múltiples voces que ofrezca sentidos plurales a una oferta mediática mayoritariamente privada. El otro producto es un programa de TV de crítica de medios que ofrecerá, en 30 minutos, contenidos, reflexiones y propuestas desde la perspectiva de las audiencias y del análisis del discurso. Es un programa pensado para ser difundido en canales públicos y locales/regionales.

⁸ Véase www.fundamedios.org. En una encuesta que realizamos hace unos meses (Checa, 2009), los propios periodistas ecuatorianos reconocieron que los actores que suelen restringir su libertad de expresión y de prensa son: los grupos de poder económico y político, los directores y dueños de medios, el gobierno y los anunciantes, en este orden.

⁹ En la sección Veeduría de nuestro portal institucional (www.ciespal.net) se detallan sus acciones.

Por último, una propuesta que estamos planteando es la constitución de una Red Latinoamericana de Monitoreo de la Propaganda, de esa que, a nombre de información periodística, se suele difundir en medios dominantes de nuestros países como estrategia de los poderes hegemónicos nacionales y transnacionales.¹⁰

Capacitación y formación profesional

En sus años dorados, el CIESPAL fue también referente en la formación académica de los comunicadores en América Latina; su aporte a la capacitación de profesionales y trabajadores de la comunicación, a través de talleres de corta y mediana duración, fue reconocido internacionalmente. Todavía se recuerda el programa tipo que expertos reunidos por la institución prepararon para carreras de comunicación en la región y que fue adoptado por muchas de ellas. Fueron importantes para los periodistas, profesores universitarios y productores de radio y TV los talleres que, con una duración de entre dos y diez semanas, se realizaban en Quito con expertos del mundo bajo el auspicio de Radio Nederland de Holanda y la FES de Alemania, respectivamente. O los talleres de investigación, planificación y políticas nacionales de comunicación dirigidos por los especialistas internacionales más importantes del momento. Esto hace quince o más años que ahora debemos retomar, actualizar y enriquecer con las demandas de los medios, los comunicadores y la ciudadanía y de los nuevos contextos.

Pero no solo para fortalecer competencias científico-técnicas, conceptuales y prácticas, sino también para incentivar y desarrollar espacios presenciales y virtuales de reflexión y debate en todo lo concerniente al multifacético mundo de la comunicación.

En el ámbito nacional, nos proponemos regresar a las universidades con temas como Investigación y planificación de la comunicación, Políticas públicas de comunicación recordando lo de mediados de los 70, que se inició en Costa Rica, pero en el marco de los nuevos contextos y retos del siglo XXI; Pedagogía de la comunicación tan necesaria pues en Ecuador hay alrededor de 50 universidades con carreras de comunicación en las cuales la mayoría de profesores no tiene formación en pedagogía; Derechos a la información y a la comunicación (a tono con lo de ciudadanía comunicativa); TICs y gestión del conocimiento (producción, circulación, consumo). A los espacios de copresencia se le sumará una plataforma virtual que nos acerque al *e learning*. Además de esto, dos propuestas nuevas y muy necesarias: posgrados y capacitación ciudadana.

Posgrados. Ciespal es un centro de Estudios Superiores, pero en sus 50 años de vida no ha realizado nunca actividades de ese nivel. Nuestra propuesta apunta con urgencia a inaugurar este tipo de formación con un doctorado, una maestría y un diplomado. El primero será el resultado de un diagnóstico de necesidades y de alianzas con universidades e instituciones iberoamericanas. Pretendemos que sea algo paradigmático en América Latina y un referente en el mundo de la

¹⁰ Véase, a manera de ejemplo, nuestro trabajo (Checa, 2008) sobre la cobertura que cinco diarios ecuatorianos hicieron de la crisis colombo-ecuatoriana de marzo de 2008 y cómo estos, en una estrategia bastante conocida y en el marco de una oposición mediática a Rafael Correa, amplificaron la propaganda uribista.

comunicación, tanto por el nivel de excelencia de sus profesores como por la pertinencia y calidad de sus contenidos y por la exigencia a sus alumnos.

En cuanto a la maestría y el diplomado serán, en principio, de carácter nacional. La primera se desarrollará en la perspectiva de mejorar la formación universitaria en comunicación y considerando la cantidad de profesores que en esta área hay en el país, creemos que Investigación y pedagogía de la comunicación será una oferta que despertará mucho interés y que empezará a satisfacer una necesidad básica.

Otro tema importante para un curso de posgrado es el periodismo. Nuestro interés es trabajar también con los medios privados, con énfasis en los de provincias. En este sentido tenemos ya elaborada una propuesta para un diplomado de periodismo dirigido a periodistas de medios a fin de perfeccionarles en la “carpintería” del oficio (como diría Gabo) y en su insoslayable dimensión ética, pues las dos son “como el zumbido y el moscardón” (otra vez Gabo). Este curso se dirigirá especialmente a periodistas radicados en provincias que son las que no tienen esta oferta académica a mano (Quito y Guayaquil mal o bien tienen cursos de este tipo) y, quizás, son las que más la necesitan.

Por último, en el ámbito de la capacitación, hemos acordado con la FELAFACS desarrollar la Cátedra Itinerante de Integración, con el auspicio de la CAN, denominada “Los medios y la invención del otro: mecanismos simbólicos de la integración”. Esta permitirá diseñar y aplicar una metodología de análisis del discurso mediático sobre el otro (inmigrantes, refugiados, afrodescendientes, indígenas, etc.) para trabajarla con profesores universitarios y estos, luego, con sus alumnos de comunicación. Así, se espera fortalecer una cultura de la investigación y afianzar una posición crítica hacia los medios.

Capacitación ciudadana. En el marco del principio fundamental de democratizar la comunicación y generar una ciudadanía comunicativa, en las actividades de capacitación se considerará también a los ciudadanos. En este sentido, y como prioridad, estamos desarrollando una estrategia para la **formación de audiencias activas, críticas y creativas** bajo la consideración de que solo en la medida en que se cuente con públicos críticos será posible reducir el consumo de ciertos productos mediáticos y de ciertos medios. Sin duda, este es un largo y empinado camino, la propuesta es empezar a transitarlo con el desarrollo y validación de metodologías y técnicas de lectura crítica efectivas y adecuadas a varios públicos y tipos de mensajes. Este conocimiento será transferido a capacitadores de diferentes ámbitos e instituciones quienes serán los encargados de reproducirlos amplia y sistemáticamente en sus espacios de incidencia. Uno de los objetivos de mediano plazo de esta estrategia es que esas metodologías se incorporen al programa regular de estudios de escuelas, colegios y universidades. En esta línea se ubica también la constitución y apoyo de asociaciones de usuarios de medios ya señalada.

Producción audiovisual y editorial

También nos proponemos fortalecer la producción de materiales audiovisuales e impresos, convertir a la institución en un centro de producción y capacitación que responda a las necesidades de programación de medios públicos y comunitarios para apoyarles y contribuir a su competitividad. Por ello esa producción se dará desde las estéticas y matrices culturales de nuestros pueblos para un conocimiento y enriquecimiento mutuo y esto, desde luego, con proyección internacional.

No obstante que la presencia cotidiana de la televisión es crecientemente central en la vida de mucha gente, la radio sigue siendo un medio muy importante para muchos colectivos y para la mayoría en determinados horarios y escenarios. Por ello, es necesario no menospreciar la producción radiofónica y considerarla parte de la estrategia de producción.

También es preciso potenciar la producción audiovisual. La institución cuenta con equipos de última generación, donados hace pocos meses por el gobierno japonés, que deben ser aprovechados al máximo, más aún hoy que por fin el país cuenta con canales públicos que deben ser fortalecidos, con una red de canales locales y regionales (CCREA) que tienen necesidad de una producción diferente y de calidad.

Esta producción debe contribuir a disponer de una TV más ciudadana, orientada a mejorar la calidad de vida. Esto implica recuperar y renovar formatos y géneros desde el ejercicio ciudadano, potenciar espacios para voces múltiples, más allá de los comunicadores tradicionales, y desde la percepción ciudadana. Implica también establecer alianzas estratégicas con canales, emisoras, centros de producción y redes nacionales e internacionales (por ejemplo con Televisión de América Latina –TAL- con la que ya estamos vinculados y trabajando coordinadamente), para la coproducción, intercambio de experiencias, distribución y, en esto, la internet es clave.

Aquí, la investigación jugará un papel fundamental pues no se trata solo de producir con buenas intenciones, incluso con calidad, ética y responsabilidad social; se trata también de conocer si las producciones empatan con las expectativas, las estéticas, los gustos, las necesidades de los públicos; si contribuyen a una “ciudadanía televisiva”, si hay una conexión necesaria entre la producción y el consumo para que el público deje su huella fermental en una producción que responde a él.

Una línea importante del Ciespal es la producción editorial: más de 300 títulos publicados¹¹ y alrededor de 130 números de su revista *Chasqui: 25* en su primera época (1972-1978) y el resto en su segunda (1981 hasta hoy). Nuestra propuesta es fortalecer esta producción, más aún en cuanto a *Chasqui* (fui editor de ella y es muy entrañable para mí) que debe recuperar su condición de revista académica paradigmática incluso fuera de las fronteras del mundo latinoamericano. Para ello

¹¹ Para la historia: el primer libro de Jesús Martín-Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder*, fue publicado en el Ciespal, así como la primera edición en castellano de *Psicología de la comunicación* de Gerhard Maletzke y obras de Wilbur Schramm, J. Dumazedier, J. Kayser..

vamos a constituir un Consejo Editorial Internacional de *Chasqui* y para las otras publicaciones, y vamos a retomar la digitalización de los contenidos para difundirlos por la red. Empezaremos con la difusión de ciertos textos y de material multimedia complementario a los contenidos impresos de la revista. En este sentido también fortaleceremos el portal del Ciespal, con la creación de Ciespalradio y TV.

Algo más en cuanto a Chasqui. Estamos conversando con colegas de México y Brasil, los países con mayor cantidad de escuelas y facultades de comunicación en la región, para que la revista se imprima en cada uno de ellos: los mismos contenidos más un cuadernillo específico para cada país, en español y portugués, respectivamente. Estos acuerdos abaratarán costos de envío, acercará la revista a amplios públicos y, lo más importante, fortalecerá su presencia regional gracias a alianzas estratégicas.

Por último, un aspecto fundamental es el **rol que la investigación** debe jugar en la producción, en dos sentidos: primero, proporcionando los insumos necesarios para que la producción responda a los propósitos que se plantea y a las reales expectativas de los públicos y, segundo, para validar los productos y conocer cómo estos son decodificados por audiencias específicas, esta retroalimentación permitirá lograr una mayor efectividad comunicativa de estos materiales. Desde luego, la investigación también debe ser elemento importante para enriquecer el acervo editorial y las páginas de Chasqui.

Alianzas

Todo esto se potencia con la gestión y consolidación de alianzas con todas aquellas instituciones nacionales e internacionales que, desde una perspectiva similar a la nuestra, trabajan en el campo de la comunicación y la cultura para desarrollar actividades conjuntas y de mutuo beneficio. Es importante buscar proyección y compartir esfuerzos y experiencias con otros centros de investigación, universidades, observatorios, instituciones y asociaciones académicas, en la perspectiva de construir y consolidar esa “comunidad del conocimiento” a la que nos referimos al inicio y aunar esfuerzos en procura de los cambios positivos que buscamos en los medios y en los diferentes procesos comunicacionales. Esta es una invitación abierta con la que esperamos, como ya sucede con algunas instituciones de la región, que nos fortalezca mutuamente, y encauce propuestas que enriquezcan estos planteamientos.

Referencias

Alfaro, Rosa María. *Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos ¿Una nueva conciencia crítica o una ruta de cambio?* Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y A.C.S Calandria, diciembre de 2005. Véase www.calandria.org

Checa Montúfar, Fernando. *De Angostura a las computadoras de Uribe: prensa escrita y crisis de marzo*. Quito: ABYA YALA, UDLA, 2008 (coord.).

----- - “De cómo viven y piensan la libertad de expresión y de prensa los periodistas ecuatorianos”. En: *Ecuador Debate* # 75, CAAP, Quito, enero de 2009, pp. 117 - 130.

Dávila Loor, Luis. “Al fin un cambio en CIESPAL”. En: *Revista Capital*, No. 19, Quito, abril de 2009, pp. 76-77.

Lapointe, Gaetan. *Public TV and Social Responsibility*. Conferencia sustentada en la Universidad de las Américas, Quito, 14 de enero de 2009.

Marques de Melo, José. *Entre el saber y el poder*. México: Unesco, Comité Regional Norte, 2007.

Marques de Melo, José y Gobbi, María Cristina. *Génesis do pensamento comunicacional latinoamericano. O protagonismo das institucoes pioneiras CIESPAL, ICINFORM, ININCO*. Sao Paulo: Universidade Metodista-UNESCO, 1993.

Mata, María Cristina. *Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3FES, Bogotá, 2005. www.c3fes.org, consultado el 30 de abril de 2009.

Medina, Cremilda. “CIESPAL: el rescate de las voces del Sur”. En: *Revista Chasqui*, No. 67, septiembre de 1999, Quito, 66-69.

Meditsch, Eduardo. “CIESPAL: progreso y problema del comunicólogo, En: *Revista Chasqui*, No. 67, septiembre de 1999, Quito, pp. 70-74.

Prieto Castillo, Daniel. “La experiencia del CIESPAL en los años 90”. En: *Revista Chasqui*, No. 67, septiembre de 1999, Quito, pp. 75-78.

Rheingold, Howard. *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.

Steinsleger, José. “CIESPAL 45 años. En: *Revista Chasqui*, No. 80, , Quito, pp. 14-17.

Verón, Eliseo. *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma, Bogotá, 2001.

Winocur, Rosalía. *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa, 2002.