
PERSPECTIVAS EDITORIALES 2019



RADIO MARIA
ARGENTINA

Un regalo de Dios,
para su pueblo.

PERSPECTIVAS EDITORIALES 2019

El 2018 ha sido para nuestra Radio un punto de inflexión a partir de la puesta en marcha de una nueva grilla de programación.

Siguiendo la hoja de ruta de Francisco en *Evangelii Gaudium* hemos diseñado una Radio María en salida con voces de especialistas que, desde distintos ámbitos de la ciencia, la cultura, la religión y la eclesialidad nos han permitido acompañar a los oyentes en medio de un gran desconcierto cultural donde, por ejemplo, a la vida se la llama muerte y a la muerte se la quiere vender como vida.

Junto con las Radio María de Latinoamérica, bajo el lema “Con María, discípulos misioneros, portadores de esperanza y misericordia” al mirar nuestro continente descubrimos signos que nos alientan y nos regalan esperanza, pero junto a ellos existen otros que nos preocupan y nos duelen. Radio María quiere ser el instrumento de la Santísima Virgen que pueda, en medio de esas realidades, irradiar a través de las ondas radiales esperanza, compasión y misericordia[1].

LA FUERZA DE LIBREACIÓN DE LA PIEDAD POPULAR

Los que siguen esta voz de esperanza que es Radio María, escuchan y gustan de un modo especial los espacios de oración. Nos hacen saber en reiteradas ocasiones como la Misa, las oraciones de la Liturgia de las Horas, el Rosario, el Ángelus, la Coronilla de la Divina Misericordia y nuestra presencia en las grandes manifestaciones de la piedad popular de nuestro pueblo, los renuevan.



[1] Línea Editorial de Radio María para América Latina y el Caribe.

La vida de fe celebrada a través de la Radio les permite encontrar por arriba la salida del laberinto cultural en el que tantas veces nos perdemos. Por la propuesta integral de nuestra programación lo pueden hacer sin alienarse o descomprometerse. Ellos mismo agradecen el equilibrio entre ese espíritu de oración que atraviesa la programación y el resto del producto pensado desde una antropología cristiana integral e integradora, que busca transformar la cultura neopagana desde la nueva humanidad que propone Jesús.

Desde el Concilio Vaticano II la Iglesia busca aggiornar su propuesta para que este Dios que busca acercarse al vacío existencial del hombre encuentre en la Iglesia de Jesús el modo de transparentarlo. Mientras ese proceso está en marcha, el vacío lo ocupan nuevos ídolos en la cultura postmoderna. En América Latina tres grandes dioses son identificados por el documento de Puebla: el tener, el placer y el poder.

Es nuestro desafío editorial acompañar la vuelta de Dios al corazón de los hermanos con el ropaje con que reviste, en sus modos, Jesús. Lo hacemos desde una espiritualidad mariana, tal cual lo decimos en la primera de las competencias cardinales de nuestra obra “reconocemos a Jesús como Hijo de Dios y Salvador nuestro, lo que hace que salgamos a anunciar al Señor día a día, al estilo de María, esto es, con humildad, sencillez, en actitud de servicio, en solidaridad con los demás y en una posición de empatía con quienes nos relacionamos” [2]

La religiosidad “ilustrada” del católico medio, no tiene una mirada positiva sobre el fenómeno de la piedad popular. No porque si recién en Evangelii Nuntiandii el Magisterio Universal la nombra por primera vez: “la piedad de los pobres y sencillos” (EN 48). Cuando nosotros ejercitamos con el pueblo de Dios que se nos confía los caminos de oración sencilla estamos en el hermoso ejercicio pastoral de periferia poniéndonos del lado de los anhwín (los pobres de Yahvé). Lo hemos visto en las misiones en las casas donde se escucha Radio María, cómo los altares con los santos y sus velitas, nos hablan de Dios al lado de los sencillos.

[2] Competencias Cardinales de la Privada de Fieles María, 1 Definido Eclesialmente.

Creemos que es necesario acrecentar esa conciencia desde la editorialidad y estar más en salida desde una conversión a la piedad de nuestros más pequeños. Dice Juan Carlos Scanone: “son los más humildes quienes preservan mejor la cultura común y sus valores y símbolos religiosos, que de suyo tienden a ser compartidos por todos, pudiendo ser en América Latina el germen, aun en los no pobres, de una conversión al pobre para lograr su liberación y así la de todos. Por eso, la religión del pueblo, si está auténticamente evangelizada, lejos de ser considerada opio, no sólo tiene su potencial evangelizador, sino también de liberación humana, como de hecho lo ha demostrado desde la lectura popular de la Biblia”[3].

En el año 2018 hemos dado pasos importantes para mejorar la transmisión de exteriores. Además de rezar con la gente y desde sus lugares, sentimos que tenemos que abrirnos más a sus tradiciones y lenguajes populares, que son una riqueza que tenemos que incorporar aún más a todo lo bueno que hacemos. Tal y como lo plantea nuestra Línea Editorial Latinoamericana, “buscaremos que nuestra programación este traspasada del mensaje de esperanza y de misericordia y, al mismo tiempo, con necesidad y urgencia de actualización e inculturación, para responder mucho mejor a los más postergados. La misericordia es esta acción concreta de amor que, perdonando, transforma y cambia la vida. Anhelamos ser una Radio misionera y encarnada en la cultura”[4].

[3] La Teología del Pueblo , raíces de la teológicas del Papa Francisco. Juan Carlos Scanone. Sal Terrae Presencia Teológica pág. 24.

[4] Línea Editorial de Radio María para América Latina y el Caribe.

OPCIÓN PREFERENCIAL POR LOS JÓVENES



La falta de oportunidades sigue generando exclusión. En todos los casos se vuelve vital brindarle, a los jóvenes, herramientas para poder elegir y construir su proyecto de vida.

En este contexto es que nos animamos a repensar y reformular el proyecto juvenil de Radio María. Para ello, un grupo de jóvenes profesionales voluntarios está trabajando en una nueva propuesta para ofrecer a los adolescentes y jóvenes a través de los medios de comunicación. El centro está puesto en el joven, sus problemáticas y su deseo de transformación. A través de los diferentes canales de comunicación (radio, redes y web) queremos acercar espacios pastorales de reflexión y trabajo en el descubrimiento y elaboración del propio proyecto de vida y brindar herramientas para llevarlo adelante. Esto también incluye la difusión de espacios concretos que la Iglesia en Argentina pone al servicio de los jóvenes en todo el territorio a través de grupos juveniles, retiros, talleres de oficios y espacios de escucha y discernimiento.

Junto a la Iglesia Argentina queremos hacer una opción preferencial por los jóvenes, y conforme la Pastoral Juvenil Latinoamericana lo plantea, con “una pastoral juvenil que acompaña, a través de formación integral a los jóvenes en sus diferentes etapas de desarrollo a fin de que vivan una experiencia de encuentro con Jesucristo y asuman su compromiso social y eclesial”[5].

PONERSE LA PATRIA AL HOMBRO⁶

La frase pertenece al entonces Cardenal Primado de Argentina, Jorge Mario Bergoglio. Ella nos inspira para encontrar un lugar desde donde interiormente y en el despliegue de todo nuestro servicio, podamos ayudar, ya que estamos en un vasto territorio de la patria, y el dolor de nuestro pueblo nos conmueve.

Decía el Cardenal: “La parábola del Buen Samaritano es un icono iluminador, capaz de poner de manifiesto la opción de fondo que debemos tomar para reconstruir esta Patria que nos duele. Ante tanto dolor, ante tanta herida, la única salida es ser como el Buen Samaritano. Toda otra opción termina o bien del lado de los salteadores o bien del lado de los que pasan de largo, sin compadecerse del dolor del herido del camino. Y “la patria no ha de ser para nosotros -como decía un poeta nuestro-; sino un dolor que se lleva en el costado”.

Debemos asumir el trabajar la empatía como actitud básica de comunicación en estos tiempos [7].

Más adelante, en ese sorprendente Tedeum del 2003 decía Bergoglio: “La parábola del Buen Samaritano nos muestra con qué iniciativas se puede rehacer una comunidad a partir de hombres y mujeres que sienten y obran como verdaderos socios (en el sentido antiguo de conciudadanos). Hombres y mujeres que hacen propia y acompañan la fragilidad de los demás, que no dejan que se erija una sociedad de exclusión, sino que se aproximan -se hacen prójimos- y levantan y rehabilitan al caído, para que el Bien sea Común.”

[5] Revista Vida Nueva Digital, “Horizonte de la Pastoral Juvenil Latinoamericana”
http://www.vidanuevadigital.com/wp-content/uploads/2014/05/Pastoral_Juvenil_Latinoamericana.pdf

[6] Buenos Aires, 25 de mayo de 2003. Jorge Mario Bergoglio sj.

[7] Se puede ampliar el tema con la reflexión “Mirar desde la empatía”, Catequesis del Padre Javier Soteras, 23 de junio del 2014

Para nosotros, la posibilidad de construir vínculos de auténtica comunión nacen de una profunda experiencia de amor con el crucificado, en el que nos hacemos uno. Es hermosa la experiencia que al respecto comparte Chiara Lubich en el momento de la fundación de los Focolares: “Se nos reveló que el momento en el cual Jesús había sufrido más en su vida fue cuando en la cruz gritó: Dios mío, Dios mío, ¿por qué me has abandonado?. Esa pasión interior cubierta por nuestros pecados había probado como hombre el abandono del Padre y con esto había anulado las divisiones que nos separaban. En aquel momento una voz interior nos llamaba a amar al crucificado, amar al abandonado, a dejarlo así o a seguirlo así. Fue y es el amor al crucificado el que siempre nos impulsó y vuelve a mantener siempre viva la unidad como sueño y como proyecto de Dios”.

Tal cual afirmaba el Cardenal Bergoglio: “puestos en camino nos chocamos, indefectiblemente, con el hombre herido. Hoy y cada vez más ese herido es mayoría. En la humanidad y en nuestra patria. La inclusión o la exclusión del herido al costado del camino definen todos los proyectos económicos, políticos, sociales y religiosos. Todos enfrentamos cada día la opción de ser buenos samaritanos o indiferentes viajeros que pasan de largo.

...¡Cuidemos la fragilidad de nuestro Pueblo herido! Cada uno con su vino, con su aceite y su cabalgadura.

Cuidemos la fragilidad de nuestra Patria, Cada uno pagando de su bolsillo lo que haga falta para que nuestra tierra sea verdadera Posada para todos, sin exclusión de ninguno.

Cuidemos la fragilidad de cada hombre, de cada mujer, de cada niño y de cada anciano, con esa actitud solidaria y atenta, actitud de proximidad del Buen Samaritano.”

Somos invitados a construir comunión y sólo es posible desde la empatía, reconociéndonos hijos de un mismo Padre, aunque seamos diferentes. Y eso implica ponernos en camino sin perder el gozo de la esperanza: “Dios, que nos convoca a la entrega generosa y a darlo todo, nos ofrece las fuerzas y la luz que necesitamos para salir adelante. En el corazón de este mundo sigue presente el Señor de la vida que nos ama tanto. Él no nos abandona, no nos deja solos, porque se ha unido definitivamente a nuestra tierra, y su amor siempre nos lleva a encontrar nuevos caminos.” [8] Queremos caminar el presente con un corazón confiado y comprometidos en la construcción de una nueva Nación, como lo hizo el próximo beato Enrique Angelelli junto a su comunidad, porque “aunque tengamos que sufrir, los tiempos que vivimos están cargados de esperanza y de cambios cada vez más profundos a los que todos aspiramos y somos llamados a ser actores y no espectadores miedosos”. [9]

[8] Carta Encíclica del Papa Francisco Laudato Si 245

[9] Monseñor Enrique Angelelli en una de sus homilías en 1971

NUESTRA HOJA DE RUTA: LA EVANGELII GAUDIUM

Lo mejor que podemos ofrecer a nuestros oyentes, y es ese el motivo por el que nos eligen, es anunciar a un Jesús vivo en clave evangelizadora.

Ese es el tema central de la primera encíclica del Papa Francisco *Evangelii Gaudium*: el anuncio del evangelio no la evangelización en general [10]

¿Anunciar qué? Esta pregunta es fundamental. No se refiere al anuncio de todas las doctrinas del Catecismo, sino sobre todo, a ese núcleo del Evangelio que se llama *kerygma*. En el punto 36, para no dejar dudas, dice cuál es el contenido de ese anuncio: La belleza del amor salvífico de Dios manifestado en Jesucristo muerto y resucitado. “Esto significa que tenemos que lograr que todos vean la belleza del amor que Dios les tiene, que reconozcan ese amor en Jesucristo entregado hasta el fin en la cruz, y que experimenten ese amor en el encuentro con Jesucristo resucitado, realmente vivo. Es el amor que nos salva: “Quienes se dejan salvar por Él son liberados del pecado, de la tristeza, del vacío interior, del aislamiento. Con Jesucristo siempre nace y renace la alegría” (EG, n. 1).

Este anuncio es lo que lleva un misionero cuando llega a un lugar donde Cristo no es conocido. Es el primer anuncio por dos razones: porque es el más importante y porque hay que empezar por allí. Todo lo demás viene después. Por eso la propuesta del Papa es bien misionera. Nos pide que allí donde estemos nos aseguremos de que todos, absolutamente todos, reciban personalmente ese anuncio, ya que “la alegría del Evangelio es para todo el pueblo, no puede excluir a nadie”(EG, n. 23).

Para que la obra de María llegue a todos con este anuncio, es indispensable que cada uno se reconozca misionero y lo asuma como una tarea permanente. Esto supone hacerlo “siempre recordando el anuncio fundamental: el amor personal de Dios que se hizo hombre, se entregó por nosotros y está vivo ofreciendo su salvación y su amistad” (EG, n. 128).

[10] Víctor Manuel Fernández claves para entender la EG.

Si esto queda claro, entonces la gran pregunta que hay que responder, cuando nos reunimos para tratar de aplicar este documento, es la siguiente: ¿Cómo hacemos para lograr que el anuncio fundamental llegue a todos y a cada uno? Más concretamente podemos preguntar esto: ¿Cómo hacemos para que en nuestra comunidad este anuncio llegue a todas las personas donde suena la señal?

Pero además es indispensable que cada uno se haga esta pregunta: ¿Cómo hago yo para colaborar de manera que ese anuncio pueda llegar a todos, qué puedo hacer yo en mis tareas para que ese anuncio aparezca con fuerza y atractivo y conquiste a las personas que se encuentren conmigo?

Este anuncio central, principal y fundamental (que llamamos *kerygma*) se puede expresar de distintas maneras, y uno tiene que ser creativo para descubrir cómo conviene transmitírselo a cada persona y en cada situación concreta. Hay miles de formas de expresarlo, con palabras, con símbolos, con imágenes. Hay una manera de decírselo a un niño, otras maneras para decírselo a un agnóstico, otras maneras para decírselo a un artista, otras para decírselo a un enfermo, etc.

De hecho, en el Nuevo Testamento el *kerygma* no aparece siempre del mismo modo. En algunas partes se destaca el amor de Dios que envió a Jesús, en otros textos se destaca su entrega en la cruz, y en otros textos se destaca más que Jesús está vivo con nosotros. Porque los evangelizadores destacaban un aspecto u otro según lo que les parecía más conveniente.

Cuando *Evangelii gaudium* resume el mensaje fundamental del Evangelio, une estos aspectos distintos: el amor de Dios, la entrega salvadora de Cristo en la cruz y la seguridad de que él está vivo. Al menos en tres partes del documento aparece este anuncio central con distintas palabras.

En el punto 36 dice el Papa Francisco: “La belleza del amor salvífico de Dios manifestado en Jesucristo muerto y resucitado”. ¿Por qué comienza destacando “la belleza”? Porque no basta anunciar estas cosas si no mostramos la belleza y su atractivo.

El objetivo es lograr que todos acepten ese mensaje, que lo aprecien, que lo gocen, y no solamente que lo escuchen. Por eso necesitamos ser creativos para buscar que este anuncio llegue a cada uno de tal forma que pueda admirar su hermosura y sentirse así personalmente atraído.

A la vez, la misión nos lleva más allá de los límites de nuestras fronteras. Como bien lo indica el mandato misionero en la Carta encíclica *Redemptoris missio*: "Cada comunidad debe vivir unida a la Iglesia particular y universal, comprometida en la irradiación misionera" (RMi 51). La comunión es, al mismo tiempo, acción evangelizadora "ad intra" y "ad extra", es decir en constante aprendizaje con una realidad local pero sin perder de vista una dimensión universal que nos saca del ensimismamiento y nos amplía en la mirada en cuanto vivencia y comunión como pueblo grande que somos.

Este movimiento está dirigido hacia los pueblos, grupos humanos, contextos socio-culturales donde Cristo y su Evangelio no son conocidos, o donde faltan comunidades cristianas suficientemente maduras como para poder encarnar la fe en el propio ambiente y anunciarla a otros grupos. Es esta propiamente la misión *ad gentes*.

Radio María Argentina participa del proyecto mundial de Radio María con presencia en más de 75 países en el mundo. Cada año, y de un modo más evidente durante el tiempo de Mariathón, descubrimos el milagro de este proyecto evangelizador de la Virgen extendido por todo el mundo. Nos conmueve el trabajo incansable de nuestros hermanos radiomarianos por intentar que nadie, incluso quienes profesan otra creencia, queden fuera de este anuncio de fe y esperanza.

En nuestro caso particular, la dimensión *ad gentes* ha tenido un vínculo muy cercano con el continente africano. Tomó entidad en el vínculo con la República Centroafricana (que incluyó una visita al país hermanos y un trabajo en conjunto) y sigue resignificándose en el recorrido hecho en las diversas producciones que nos acercan a comprender una nueva dimensión de evangelización de cara al proyecto de Radio María a la largo de ese continente como punto de partida.

En el continente africano Radio María está presente en 21 países, y 18 subestaciones que transmiten en idiomas locales; albergando una variedad lingüística propia del continente. África, como así también Asia, son tierras de primera evangelización donde el mandato misionero adquiere sentido y territorio en el horizonte mundial, por citar algunos ejemplos; y que nos ayudan a no perder una mirada global de cuanto acontece de cara a un mismo proyecto que se nutre de un evangelio que busca hacerse uno en la diversidad de culturas.

El Padre Francisco Palacios, uno de los fundadores de Radio María Argentina y Responsable Editorial de la Familia Mundial de Radio María, contó que “el desafío es buscar la unidad de un proyecto mundial y la inculturación en cada país, que no corresponde a una fórmula matemática; sino que lleva consigo la intención de un encuentro con otros, para reflexionar, para enriquecernos juntos siendo testigos de cómo se incultura el evangelio y sobre todo para descubrir esa variedad culturas y cosmovisiones; desde una misma espiritualidad mariana”.

Particularmente en América Latina, desde las Radio María queremos fortalecer aún más el rol de nuestros laicos, para que sean cada vez más protagonistas de la historia. Que nuestra programación les ayude a forjar un cristianismo comprometido, lucido, en comunión con la jerarquía, que sea capaz de hacer de nuestra Iglesia Latinoamericana y del Caribe, una Iglesia que es luz de los pueblos, fermento de una nueva cultura mariana.[11]

Debemos dirigirnos hacia los que están lejos, hacia los que todavía no conocen a Cristo y no han experimentado la paternidad de Dios, con la convicción de que «la cooperación misionera se debe abrir hoy a nuevas formas, incluyendo no sólo la ayuda económica sino también la participación directa en la evangelización». [12]

[11] Línea Editorial de Radio María para América Latina y el Caribe

[12] Juan Pablo II, Carta encíclica Redemptoris Missio.

ANEXO

2019



Un regalo de Dios,
para su pueblo.

Nuestra voz en medio de una crisis cultural, política y económica que agrieta la convivencia en la Argentina.

En los siguientes párrafos intentaremos poner palabras el contexto en torno al cual está llamada a hacerse presente nuestra voz profética: “Consuelen a mi pueblo dice el Señor”, Is. 40 1-11.

Parece volver a estar en auge un egoísmo miope y limitado a corto plazo, el cual, prescindiendo del bien común, excluye de su horizonte la preocupación, no sólo de crear, sino también de difundir riqueza y eliminar las desigualdades, hoy tan pronunciadas.[1]

En Argentina, en las últimas cuatro décadas hemos sido testigos del ascenso y comienzo del cuestionamiento del neoliberalismo. Las crisis del Welfare State, del keynesianismo y de los Estados de Bienestar latinoamericanos, nacional-popular o desarrollista fue poco a poco introduciendo una nueva cuestión social. No se trata ya de la explotación de las malas condiciones de trabajo que llevaron al surgimiento del Estado garante de derechos sociales, sino más bien de la expansión de la pobreza y del desempleo estructural de larga duración. Esta nueva situación social es producto de un capitalismo competitivo (que se asemeja al “salvaje”), que exalta el poder de los mercados, el de las grandes empresas y el de los organismos multilaterales, sin ningún tipo de regulación.[2]

Si bien es cierto que el bienestar económico global ha aumentado en la segunda mitad del siglo XX, en medida y rapidez nunca antes experimentadas, hay que señalar que al mismo tiempo han aumentado las desigualdades entre los distintos países y dentro de ellos[1]. El número de personas que viven en pobreza extrema sigue siendo enorme. En Argentina el 27 % de la población y el sector más afectado es el de los niños.

[1] . OECONOMICA ET PECUNIARIAE QUAESTIONES Consideraciones para un discernimiento ético sobre algunos aspectos del actual sistema económico y financiero.

[2] . Crisis y reconstrucción, Aportes desde el pensamiento social de la Iglesia, Dimensión Político – Económica, pág 15.

[3] .OECONOMICA ET PECUNIARIAE QUAESTIONES Consideraciones para un discernimiento ético sobre algunos aspectos del actual sistema económico y financiero

Cifras de la pobreza infantil en Argentina



El último informe del Observatorio de la Deuda Social de la Universidad Católica Argentina (UCA) refleja que entre el 2016 y el 2017 la pobreza infantil pasó del 60,4% al 62,5%, es decir, creció un 2,1%. Esto implica que hoy en la Argentina hay 8 millones de niños con algún tipo de privación en su vida diaria.

La situación de los menores de 0 a 17 años se agravó el año pasado en nuestro país y la tendencia indica que esto se mantendrá o que se agravará. No sólo ello. Si se toman los datos más actualizados de la UCA con una muestra más abarcativa del último trimestre del 2017 se observa que la intensidad de privaciones en los menores llegó al 65%.

El trabajo de investigación de la UCA contempla, por otra parte, un novedoso apartado que muestra la evaluación de la pobreza infantil donde toma variables que los índices tradicionales jamás evalúan.

De esta manera, se consideran dimensiones de la inseguridad alimentaria medida en función a la ausencia de nutrientes esenciales en la dieta de los niños como frutas, verduras, carnes y lácteos. También se miden dimensiones de la vestimenta y el calzado o las disparidades sociales en cuanto al desarrollo emocional y social.

En la evaluación anexada al estudio de pobreza multidimensional, este estudio del 2017 revela, por ejemplo, que el 17,3% de los niños en la Argentina tiene un déficit de calzado adecuado en función a la talla.

A la vez, el 20,2% de los menores de 0 a 17 años carece de una prenda de vestir nueva. En tanto, el 84,1% no presenta déficit en el consumo de verduras que no sean papa, mandioca o choclo. Y el 8,8% de los menores de 2 a 17 años no tiene déficit de consumo de lácteos.[4]

Trabajo, educación y salud

Sin duda la falta de oportunidades y trabajo es la que conduce a estos lugares de marginalidad y pobreza. En este sentido podemos cotejar el nivel de desempleo en tiempos de la recuperada democracia.

En temas de salud las estadísticas muestran que, en la Argentina, el 32,7% de los habitantes no posee cobertura médica de plan, ya sea por obra social o por medicina prepaga. Quienes componen el sistema público de cobertura son familias cuyo jefe de hogar es trabajador en negro, que no posee un empleo estable, y que percibe ingresos inferiores a los trabajadores registrados 20 a 30% inferior, en promedio-. Éstos son quienes padecen la decadente estructura del sistema público de salud.



[4] . Diferentes representaciones de la pobreza infantil en Argentina Informe 2018 ODSA Observatorio de la Deuda Social Argentina UCA

En el ámbito educativo los datos son muy dolorosos. El 46,4% de los alumnos de 5° y 6° año del secundario no comprende un texto básico, mientras que el 70,2% no puede resolver cuentas o problemas matemáticos muy sencillos.

Una de las principales conclusiones es la existencia de un nivel crítico y extremadamente bajo en lengua y matemática en los alumnos secundarios, así como una brecha de los que cursan en establecimientos privados respecto de los públicos.

En ese contexto, 7 de cada 10 estudiantes que egresan del secundario solamente mostraron desempeños del nivel básico y por debajo de ese margen en matemática. Sólo pudieron realizar operaciones elementales como sumar, multiplicar y resolver situaciones problemáticas simples.

En lo que respecta al nivel primario, un tercio de los chicos de 6° grado obtuvo desempeños básicos o por debajo de ese nivel en lengua, con características similares a los del secundario. Además, 4 de cada 10 chicos de 6° grado obtuvieron desempeños básicos o por debajo del nivel básico en matemática, como resolver cuentas de suma y resta y cálculos simples y reconocer algunos cuerpos geométricos.

Otra de las conclusiones de la evaluación reflejó la existencia de una fuerte brecha de aprendizaje entre los estudiantes que asisten a la escuela privada y aquellos que van a la pública. Por ejemplo, 4 de cada 10 chicos del 6° grado del primario de escuelas estatales alcanzó los niveles básicos en lengua, mientras que en el sector privado este porcentaje es 2 de cada 10 estudiantes.

En matemática del último año del secundario, 5 de cada 10 estudiantes del sector privado obtuvo niveles de desempeño básicos, mientras que en el sector estatal, esta cifra ascendió a 8 de cada 10 chicos[5].

[5] Resultados de la evaluación Aprender del Ministerio de Educación de la Nación.

La vulnerabilidad de los jóvenes y la opción preferencial por ellos.

Durante el mes de agosto, se multiplicaron en el país las manifestaciones masivas de jóvenes por la universidad pública y gratuita en nuestro país. Su pedido se hace en medio del paro que los gremios de docentes universitarios hacen en reclamo a una oferta de aumento salarial superior a la propuesta por el Ministerio de Educación de la Nación, que no alcanza al número de la inflación. Con algunas universidades tomadas y con los docentes de paro, cientos de miles de estudiantes universitarios se encuentran sin asistir a clase y con el riesgo de perder turnos de exámenes y retrasarse en el desarrollo de la carrera.

Por otra parte, se calcula que en la Argentina hay poco más de 1 millón de ni-ni, jóvenes de entre 15 y 29 años que ni estudian ni trabajan. Sin embargo, un estudio del Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (Cippec) titulado Jóvenes que cuidan: impactos en su inclusión social (2017)[6], dice que el 67% de ellos cuidan de sus hijos, hermanos o adultos mayores. Si se considera al cuidado como una actividad económica, el número de ni-ni se reduciría entonces a 324.205.

La investigación revela que casi 4 de cada 10 jóvenes en el país tienen responsabilidades de cuidado, y esta población “invisible” y estigmatizada como ni-ni, invierte muchas horas diarias al cuidado de otro, lo que les imposibilita el acceso al trabajo o continuar con sus estudios. De este grupo, 9 de cada 10 son mujeres.



[6] Jóvenes que cuidan: impactos en su inclusión social (2017).

<https://www.cippec.org/wp-content/uploads/2017/04/158-DT-PS-Jovenes-que-cuidan-Gimena-de-Leon-2017.pdf>

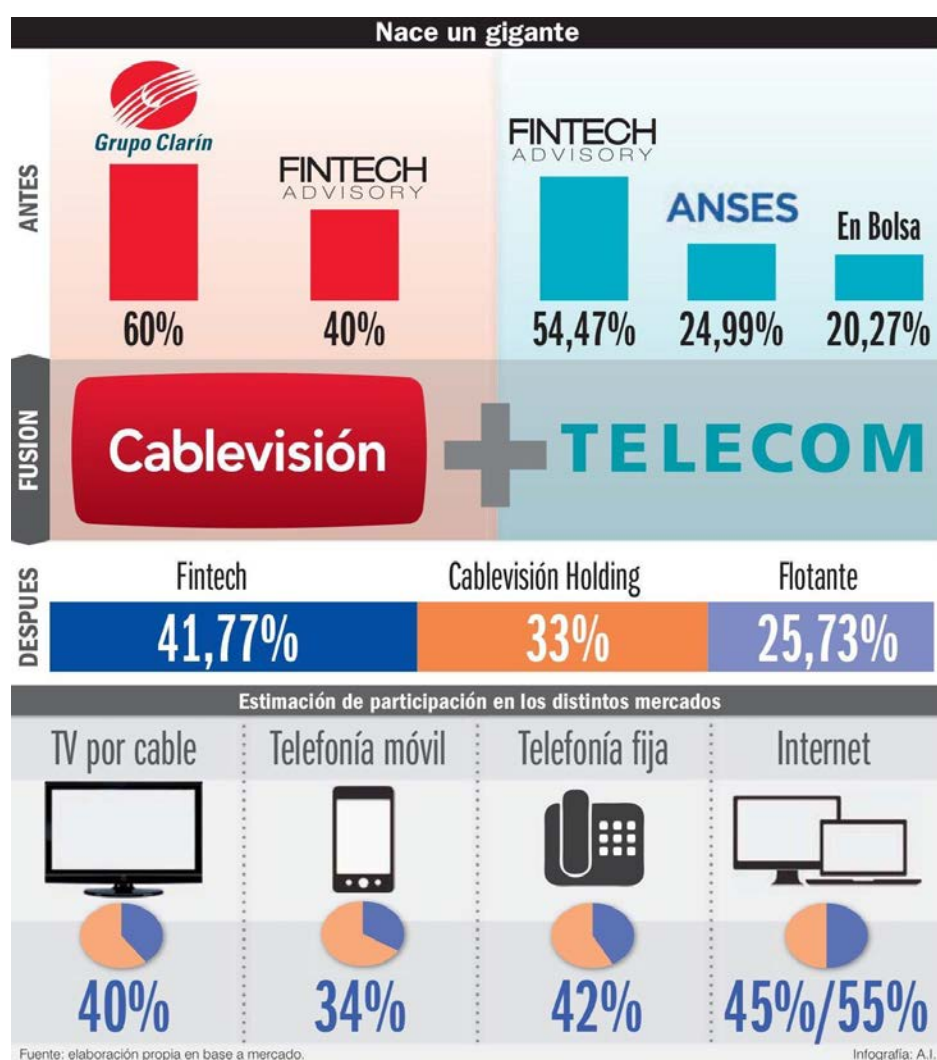
Crisis de los medios de comunicación y libertad de expresión.

Siendo nosotros un medio de comunicación no podemos dejar de cotejar con lo que ocurre en el ámbito de la comunicación, como espacio de construcción cultural. En los tiempos de la convergencia tecnológica, la comunicación, sus medios y dispositivos constituyen la atmósfera social en que se realiza la vida humana. Estar en desconexión o impedido de acceder o sostener medios supondría un estado de muerte civil, ciudadana, cultural, en tanto la totalidad de las prácticas económicas, sociales, políticas e interpersonales están atravesadas por el nuevo ecosistema de la comunicación, desde los medios de masas hasta los teléfonos “inteligentes”.

La superposición del avance tecnológico y la concentración económica supone tanto una oportunidad como una amenaza cierta para la democracia y la vida en comunidad. La libertad de expresión, como derecho de doble dimensión –individual y colectiva- se ve tensionada por las industrias que se dedican de modo específico a los medios de comunicación que “están cada vez más concentradas, y los actores dominantes en cada una de las industrias de medios de comunicación son cada vez más, empresas subsidiarias de enormes conglomerados globales de medios de comunicación”.^[7]

Esas corporaciones ocupan hoy un lugar central para organizar el mundo simbólico de la sociedad capitalista madura, enlazando estructuras económicas y formaciones culturales. Sus mensajes “ayudan a conectar un sistema productivo basado en la propiedad privada con un sistema político que presupone una ciudadanía cuya participación social completa depende del acceso al máximo posible de información y análisis de un debate abierto sobre temas cotidianos”.^[8] Es decir, el debate social que requiere una democracia plena se restringe cada vez más por el despliegue de la dinámica del mercado y la ausencia de un Estado presente que equilibre la balanza.

El avance de unas pocas empresas sobre el mercado de la información achica la diversidad y hace imposible la competencia en términos de ideas y opiniones. El principal grupo de medios de la Argentina no solo evitó cumplir los máximos de la Ley 26.522 sino que, asistido por decretos dictados a partir de fines de 2015, avanzó sobre las telecomunicaciones. La megafusión Clarín-Telecom controlará 42% de la telefonía fija; 34% de la telefonía móvil (o 20 millones de líneas); 56% de las conexiones a Internet (cuatro millones de abonados); 35% de conectividad móvil y 40% de la televisión paga que se distribuye por cable (unos 10 millones de abonados en todo el país en total). Esta corporación lidera en soledad el mercado del cuádruple play (paquetes combinados de telefonía fija y móvil, internet y televisión).



Infografía sobre el resultado de la fusión Cablevisión-Telecom

[7] R.McChesney. "Economía política de los medios de información y las industrias de la información en un mundo globalizado" (2002)

[8] Becerra, Martin. La concentración infocomunicacional en América Latina. (2017)

La supresión de leyes democráticas para fomentar el poder de unas pocas corporaciones afecta la democracia, como lo destacó el Papa Francisco hace poco.

El Papa indicó que en muchos países se emplea el método de “destruir la comunicación libre” mediante la derogación de “la ley de medios de comunicación para entregar todo el aparato de la comunicación a una empresa, a una institución que calumnia, que dice falsedades, que debilita la vida democrática”[9]. Se trata, agregó Francisco, del primer paso hacia las dictaduras.

No solo se concentra el poder de comunicar. También se abandonan medidas de protección del trabajo y la diversidad. Las reglas de fomento de la producción local, federal y nacional prevista en la Ley 26.522 de Servicios Audiovisuales han sido desmanteladas y son objeto de un progresivo abandono de la política pública. Ello incluye la publicidad estatal, ahora fuertemente direccionada hacia los principales grupos mediáticos y las corporaciones del mundo digital. Facebook y Google reciben el 70 por ciento del total de lo distribuido al sector digital[10], frente a otros portales como Perfil (0,68%) o Infobae (el 0,33%) lo que evidencia también un direccionamiento que debilita el pluralismo informativo.

En cuanto a los multimedios, los cinco primeros grupos[11] concentraron en 2017 más del 46% de los \$ 3.000 millones distribuidos en el año. Todo indica que la concentración aumenta durante el año en curso. Como contraparte se constata el lugar marginal otorgado a medios no comerciales; entre fundaciones, cooperativas y asociaciones civiles se asignaron fondos por apenas un 0,4% de la pauta total.

El mapa de la comunicación social muestra así un serio desequilibrio en las balanzas informativas y culturales, que se expresa en la crisis, el cierre o la reconversión brutal de medios pymes, cooperativas y comunitarias. Se calcula que unos 3,5 mil trabajadores de prensa han perdido sus empleos, tanto en el sector de los medios públicos como de empresas tradicionales, con el cierre de periódicos, señales y agencias de noticias, en los dos últimos años. Este cuadro constituye no solo un problema social, sino también de afectación del derecho a la información pues, con cada medio o periodista que pierde su lugar de expresión, la sociedad pierde también un punto de vista indispensable para la diversidad de la democracia.

La concentración mercantil es así la contracara de la crisis social. El sector está denunciando despidos y precarización de trabajadores y trabajadoras, discriminación en el reparto de pauta publicitaria, clausuras arbitrarias de emisoras, incumplimiento del fomento establecido en ley 26.522 para medios comunitarios, alternativos, populares y de pueblos originarios, discontinuidad de políticas públicas para fortalecer radios escolares, socioeducativas, universitarias, rurales, cooperativas, micro pymes, familiares, y el impacto del tarifazo en la electricidad, son algunos de los problemas que afectan a las miles de personas que trabajan en el sector en todo el país. Junto con ellos se perjudican también sus comunidades y audiencias.

[9] <http://www.aica.org/34124-todas-las-dictaduras-comenzaron-adulterando-la-comunicacion-advirtio-el-papa.html> 18 de junio de 2018. AICA

[10] Informe presentado por la Comisión de Libertad de Expresión de la Cámara de Diputados (2017)

[11] Clarín, Telefé, Grupo América, Prisa-Albavisión, La Nación.