

VOCES ABIERTAS DE AMÉRICA LATINA

Comunicación, política y ciudadanía

Florencia Saintout y Andrea Varela (directoras)

Daiana Bruzzone (coordinadora)

VOCES ABIERTAS

COMUNICACIÓN, POLÍTICA
Y CIUDADANÍA EN AMÉRICA LATINA

VOCES ABIERTAS

COMUNICACIÓN, POLÍTICA Y CIUDADANÍA EN AMÉRICA LATINA

Florencia Saintout y Andrea Varela
(directoras)
Daiana Bruzzone
(coordinadora)

Jesús Martín Barbero
Florence Saintout
Andrea Varela
Rodolfo Gómez
Daniel Badenes
Daniel González
Francisco Sierra Caballero
Pedro Santander
Omar Rincón
Claudia Villamayor
Amparo Marroquín
Cicilia Peruzzo
Ivana Bentes



Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano
de Ciências Sociais

 **EPC**
de Periodismo y Comunicación

Voces abiertas : comunicación, política y ciudadanía en América Latina / Jesús Martín Barbero ... [et al.] ; coordinación general de Daiana Bruzzone ; dirigido por Florencia Saintout ; Andrea Varela ; prólogo de Jesús Martín Barbero ; Rincón, Omar. - 1a ed. edición bilingüe. - La Plata : Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social ; Ciudad Autónoma de Buenos Aires : CLACSO, 2015.
E-book.-

ISBN 978-950-34-1250-3

1. Comunicación Política. 2. Política de Comunicación. 3. Ciudadanía. I. Barbero, Jesús Martín II. Bruzzone, Daiana, coord. III. Saintout, Florencia , dir. IV. Varela, Andrea , dir. V. Barbero, Jesús Martín , prolog. VI. Rincón, Omar, , prolog.
CDD 302.2

Diseño de cubierta: María Soledad Ireba

Diseño de interior: Jorgelina Arrien

Edición: Guadalupe Giménez


Ediciones EPC
de Periodismo y Comunicación



Consejo Latinoamericano
de Ciencias Sociales
Conselho Latino-americano
de Ciências Sociais

Editorial de Periodismo y Comunicación

Diag. 113 N° 291 | B1904DPK | La Plata | Buenos Aires | Argentina

+54 221 422 3770 | 425 0133

www.perio.unlp.edu.ar | editorial@perio.unlp.edu.ar

Derechos Reservados

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata

Primera edición, septiembre 2015

ISBN 978-950-34-1250-3

Hecho el depósito que establece la Ley 11.723

Impreso en la Argentina - Printed in Argentina

Prohibida la reproducción total o parcial, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopia, digitalización u otros métodos, sin el permiso del editor.
Su infracción está penada por las Leyes 11.723 y 25.446.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Por <i>Daiana Bruzzone</i>	11
PRÓLOGO/ENTREVISTA A JESÚS MARTÍN BARBERO Por <i>Omar Rincón</i>	21
CIUDADANÍA Y COMUNICACIÓN	
Aún FALTA. Historia reciente y medios de comunicación Por <i>Florencia Saintout</i> y <i>Andrea Varela</i>	33
Políticas públicas de comunicación de masas, ciudadanía y conflicto social en las sociedades capitalistas latinoamericanas. Un análisis del estado de la cuestión Por <i>Rodolfo Gómez</i>	43
Diga 33. Radiografía de la composición de un sector clave en el nuevo paradigma legal latinoamericano Por <i>Daniel Badenes</i> y <i>Daniel González</i>	79
SOBERANÍA COMUNICACIONAL. SISTEMA DE MEDIOS EN AMÉRICA LATINA Y EL MUNDO	
Ciberdemocracia y nuevas lógicas de la mediación. Una mirada desde el sur y desde abajo Por <i>Francisco Sierra Caballero</i>	115
El “derecho a la comunicación”: síntoma de antagonismo y recuperación de derechos sociales en el actual ciclo político latinoamericano Por <i>Pedro Santander</i>	151

COMUNICACIÓN POPULAR Y SUS BASTARDÍAS

Lo pop-pular está de moda: sobre culturas bastardas y quilombos pop-lítricos
Por *Omar Rincón* 179

Estudios de comunicación popular. Teorizar es intervenir
Por *Claudia Villamayor* 215

TERRITORIALIDADES

Ciudadanías juveniles centroamericanas. Viejos tránistos, nuevos territorios
Por *Amparo Marroquín* 245

Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor
Por *Cicilia Krohling Peruzzo* 265

POLÍTICA, TIC Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN

A riqueza da pobreza: do precariado ao cognitariado
Por *Ivana Bentes* 293

INTRODUCCIÓN

Por *Daiana Bruzzone*¹

Esta publicación se gesta con motivo de la segunda reunión del Grupo de Trabajo CLACSO sobre “Comunicación, política y ciudadanía en América Latina”², donde las reflexiones giraron en torno al pensamiento crítico regional, las cartografías y políticas de comunicación en estas latitudes.

Entre los principales objetivos de este espacio se destacan los abordajes acerca de los procesos políticos, económicos y culturales que sirven de escenario para la llamada *sociedad de la información/globalización* y la *cultura mediática*, que en nuestra región adquieren características particulares y se vivencian con desiguales matices en los países latinoamericanos. De esta manera, las

1 Licenciada en Comunicación Social. Docente e Investigadora. Secretaria Académica de la Especialización en Comunicación y Juventudes, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

2 Realizada durante el XII Congreso ALAIC desarrollado en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú, agosto de 2014.

comparaciones alrededor de los estatutos de la comunicación y los sistemas de medios en los diferentes países movilizan debates que permiten visibilizar espacios de tensiones, conflictos, conquistas y discusiones, y *complejizan* un mapa de transformaciones que no puede ser leído con signos idénticos.

Países como Argentina, Ecuador, Uruguay, Venezuela y Bolivia cuentan en sus agendas con debates acerca de la comunicación y los sistemas mediáticos, tanto en los espacios públicos y de la vida cotidiana como en sus sistemas legislativos. Sin embargo, estas tematizaciones adquieren otro tipo de notoriedad en los países del Caribe y Centroamérica. En Guatemala o El Salvador, por ejemplo, aún persisten con fuerza las concentraciones mediáticas y las regulaciones neoliberales de mercado en todo el espectro del sistema info-comunicacional.

En un contexto donde las academias, los organismos internacionales y los diferentes Estados enuncian y denuncian la llamada crisis del neoliberalismo o modelo capitalista, emergen en América Latina –en especial en el Cono Sur– gobiernos comprometidos con la democracia –con el despliegue de políticas de inclusión social y económica– y con la integración social, política, económica y cultural. Entre sus medidas principales y prioritarias se encuentra una serie de normativas y políticas tendientes a regular los sistemas info-comunicacionales en pos de una distribución más justa de la palabra y de garantizar el derecho de los pueblos a la comunicación.

Las disputas y transformaciones sobre los mapas comunicacionales en América Latina implican la emergencia de nuevos medios, públicos y contenidos. Esto se corresponde con experiencias, propuestas e implementaciones de políticas de comunicación que dan cuenta de rupturas y continuidades de los procesos históricos, sociales, económicos, culturales y políticos de nuestra región alrededor de la comunicación, la ciudadanía y la política.

Estas mutaciones en las cartografías mediáticas establecen nuevos paradigmas caracterizados por una distribución más equitativa de los bienes simbólicos y materiales de nuestras sociedades. En este sentido, tales procesos han sido vistos o denominados como *batallas culturales* y conllevan fuertes repercusiones en las

ciudadanías latinoamericanas; no sólo en lo que refiere al acceso, usos y consumos de los medios de comunicación sino –y fundamentalmente– en lo que respecta a las construcciones de verdad en relación con las informaciones que son puestas en circulación.

Así, esta publicación se estructura en cinco ejes: Ciudadanía y comunicación; Soberanía comunicacional; Comunicación popular y sus bastardías; Territorialidades: y TIC y participación. En este sentido, *Voces abiertas* hace referencia a un momento histórico para América Latina y el mundo, donde el orden neoliberal es puesto en tensión justamente por los pueblos, por las voces populares y el reconocimiento de sus derechos desde un espacio clave: la comunicación.

La reivindicación de proyectos políticos, colectivos e identidades silenciadas durante décadas, las luchas por una comunicación creativa, democrática, abierta nos permite encontrar en este libro una serie de escrituras del atrevimiento, ensayos y artículos hechos en y desde el barro, la mugre, la negritud, en lugar de la higiene de los laboratorios.

Todas y cada una de las voces que aquí escuchamos están trabajando desde lo que Florencia Saintout llama una *epistemología de la esperanza* –no sin conflicto– y del contagio, una epistemología contra el miedo que paraliza. Para cambiar, para transformar el mundo necesitamos de estas ciencias sociales, del compromiso de saberes, de pensar juntos: “es hora de pensar en teorías que puedan dar cuenta de unos modos –en plural, en tensión– emancipadores de hablar de las sociedades que van a contrapelo de lo que parecía un destino para América Latina. De pensar lo popular no sólo en su carácter de subalternidad, sino lo popular empoderado. Lo popular en el Estado. Lo popular ganando batallas”³.

Esta publicación cuenta con un prólogo-entrevista realizada a Jesús Martín Barbero quien reflexiona sobre esta tríada

3 Extracto de la conferencia dictada por la Dra. Florencia Saintout en el XII Congreso ALAIC. Lima, Perú, 2014.

comunicación/política/ciudadanía advirtiéndolo que hoy las ciudadanías son el nuevo modo de estar juntos, desde donde se rehace, recrea y reinventan los sentidos de la política y lo político. Y en este proceso, la comunicación adquiere un lugar clave, pero no necesariamente desde los medios, sino y fundamentalmente desde la ciudadanía. En este sentido, Martín Barbero revisa la noción de ciudadanos señalando que ella nombra a los sujetos –individuales y colectivos– capaces de “hacer estallar bombas políticas” –como es el caso de Snowden–, es decir, de alterar el curso de los acontecimientos al introducir “contratiempos”, de esos que tensionan las desigualdades, que inmovilizan y silencian a nuestros pueblos.

El prólogo también abona ideas acerca de las concentraciones mediáticas y sus operaciones con las que extirpan nuestras memorias toda vez que nos hacen creer que ellos son la expresión de la libertad; como así también coloca el acento en la reprogramación de la relación política-comunicación realizando un recorrido por las leyes de comunicación y las democracias en América Latina y por los modos de pensar la ciudadanía en relación a lo popular en estos tiempos de mutaciones.

Florencia Saintout y Andrea Varela en su escrito sobre lo que “Aún falta. Historia reciente y medios de comunicación” dan cuenta de cómo el neoliberalismo está siendo puesto en crisis por las luchas populares, sin embargo éste lejos de estar muerto, se mantiene vivo apoyándose, sobre todo, en las guerras, el terror y los medios de comunicación. Aquí las autoras advierten que: “este mundo salvaje sólo es aceptado si se adormecen las sensibilidades y las razones. Si se silencian para siempre”. Este ensayo nos habla acerca de unos medios cuyo accionar, ha sido y es canalla: no sólo por su complicidad con la última dictadura en Argentina, sino también hoy promoviendo nuevos modos de golpismo que atentan contra nuestra democracia y gobiernos populares. Son los medios que demonizan al Estado y a la política, que se creen dueños de la historia y atentan contra las memorias colectivas y las luchas de los pueblos, que aun cuando parecen silenciados, vencidos, están en realidad esperando. Así, el derecho a la comunicación es una de las claves para la emancipación.

En tanto que Rodolfo Gómez analiza aquí el tratamiento que las agendas académicas vienen haciendo acerca de la relación entre medios, política y democracia en la región, especialmente en el periodo postdictatorial y con el ascenso de los gobiernos progresistas en buena parte del continente. El trabajo titulado “Políticas públicas de comunicación de masas, ciudadanía y conflicto social en las sociedades capitalistas latinoamericanas”, realiza un profundo estado de la cuestión sobre las políticas públicas de comunicación y sus tensiones con la ciudadanía, revisando los procesos políticos que expresan tales disputas en países como Argentina, Ecuador, Bolivia, Venezuela, Brasil, Chile y Uruguay.

En “Diga 33. Radiografía de la composición de un sector clave en el nuevo paradigma legal latinoamericano”, Daniel Badenes y Daniel González abordan las diferencias constitutivas de este 33% en que las nuevas leyes dividen el espectro comunicacional y que caracteriza a la legislación de cuatro países: Argentina, Bolivia, Uruguay y Ecuador; por ejemplo, hay casos en los que los pueblos originarios pertenecen a este 33% mientras que en otros quedan por fuera. Otro de los debates sobre este sector tiene que ver con sus definiciones y los tipos de actividad que caben allí, ya sean éstas las que remiten a medios y organizaciones sin fines de lucro o medios comunitarios y educativos. Así, los autores analizan los proyectos regionales que dan lugar a la idea del 33% *comunitario* y revisa la idea de dividir el espectro en tres tercios, colocando especial atención en indagar “de qué está hecho” ese 33% en cada país.

Francisco Sierra Caballero propone el abordaje de la ciberdemocracia y la nueva economía simbólica de los nativos digitales situando histórica y políticamente los procesos de apropiación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) en América Latina. El artículo “Ciberdemocracias y nuevas lógicas de la mediación. Una mirada desde el Sur y desde abajo” se detiene en las transformaciones de la esfera pública contemporánea a partir de la incorporación cotidiana de las NTIC por parte de los movimientos sociales, partidos políticos y la ciudadanía en general que halla en Internet y en las redes sociales una dimensión clave para desplegar su capacidad de organiza-

ción y participación, ubicando tales procesos de manera geopolítica y revelando la presencia de nuevos actores y luchas por la liberación.

A la luz de los nuevos paradigmas regulatorios de la comunicación en la región, Pedro Santander en “El derecho a la comunicación: síntoma de antagonismo y recuperación de derechos sociales en el actual ciclo político latinoamericano” rastrea los rasgos contextuales, históricos y políticos que ubican el derecho (a/de/en) la comunicación. El autor recorre los postulados de las leyes promulgadas en distintos países dando cuenta de la voluntad política de los gobiernos de regular el poder de las concentraciones mediáticas, reivindicando aquí las discusiones ciudadanas y las implementaciones legales del derecho a la comunicación.

Omar Rincón sostiene que “Lo pop-pular está de moda” en Latinoamérica ya que es la idea más usada en política, comunicación y cultura: todos quieren estar allí –desde las izquierdas, los progresismos y hasta las derechas– y reivindican lo popular aunque, claro, hablan o conciben a distintos *populares*. Así, el autor pone en tensión la idea de lo popular fundamentalmente bajo dos acepciones: la de lo *pop* –ligada a las industrias del entretenimiento– y la de lo *popular* –ligada a la idea de pueblo– dando cuenta de cómo es que las crisis institucionales se presentan mediáticamente espectacularizadas, la libertad de expresión se vuelve arena de disputas democráticas y “la gobernabilidad se juega en la crisis del relato”. En este sentido, “Lo pop-pular está de moda: sobre culturas bastardas y quilombos pop-líticos” se problematiza lo popular que habita en la comunicación desde los conceptos de culturas bastardas y ciudadanías celebrities para reconocer qué es eso de lo que está hecho lo popular: sus gustos, estéticas y narrativas.

En “Teorizar es intervenir” Claudia Villamayor recorre la historicidad de la comunicación popular articulando prácticas, experiencias y producción de saberes atendiendo a que la idea de transformación está en el corazón de la teoría de la comunicación, vinculada al cambio social, especialmente en América Latina. Desde allí este trabajo guía la reflexión y la revisión de la relación entre política y comunicación.

Centroamérica se presenta en el artículo de Amparo Marroquín donde la autora reflexiona acerca de los ejercicios de la comunicación, la política y la ciudadanía que vienen constituyéndose en la región, especialmente en el Triángulo Norte conformado por El Salvador, Honduras y Guatemala. Allí los entramados sociopolíticos se caracterizan por una fuerte presencia militar represiva, guerras civiles, fenómenos climáticos que evidencian la vulnerabilidad de las mayorías, la expulsión de grandes masas de la población a través de distintos flujos migratorios y un creciente protagonismo de diversas violencias que incluyen el crimen organizado. A partir de tres casos, “Ciudadanías juveniles centroamericanas. Viejos tránsitos, nuevos territorios” da cuenta de cómo es que a pesar de la reproducción de ciertos estereotipos y discursos comunes. Centroamérica es hoy un territorio en reinvenición a partir de unas creatividades populares que cuestionan los órdenes hegemónicos poniendo en tensión sus cánones de seguridad y su des-memoria.

Cicilia Peruzzo recupera los aspectos teóricos de la comunicación popular, alternativa y comunitaria que tienen lugar en las prácticas de las comunidades y movimientos sociales así como también en el periodismo alternativo, abordando los aspectos comunes y las diferencias que ocupan en la sociedad brasileña. De este modo, “Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor” recorre las actualizaciones y características de distintas comunidades enfocándose en sus motivaciones e intereses sociales. La autora indaga en los valores presentes en los ciudadanos y en las organizaciones civiles que ponen en tensión los sistemas de medios hegemónicos sostenedores de la desigualdad a la vez que generan posibilidades innovadoras para la transformación a partir de las interactividades efectivas que proponen las NTIC.

Finalmente, en el marco del llamado capitalismo informacional o cognitivo, Ivana Bentes señala un desplazamiento en la producción cultural que portan las expresiones y estilos la vida de la pobreza en las favelas y suburbios de Brasil –música, cine, teatro, danza, literatura– en tanto se forjan en una alfabetización audiovisual y mediática, especialmente a partir de la utilización de

las NTIC. “A Riqueza da pobreza: do precariado ao cognitariado”, plantea que las voces de la periferia –que son objetos de estigmatizaciones y hostilidad en los discursos hegemónicos– reivindican políticamente su presencia en el espacio público y analiza así diversas experiencias que ponen de relieve que los medios y la comunicación no son herramientas; sino que hoy constituyen una forma de organización de los movimientos culturales y sociales. Es, desde estas organizaciones es que para la autora se ponen en juego una intensa formación política y la producción de saberes y conocimientos libres, abiertos donde se destaca la riqueza cultural y política de las poblaciones periféricas.

Todos estos trabajos son escrituras del atrevimiento, dan cuenta de los híbridos procesos donde las voces latinoamericanas están abriéndose. Abriéndose a la comunicación, a la ciudadanía –que no es necesariamente la liberal–, a la política. Abriéndose también a una historia que es la de nuestros pueblos, y no sólo la que nos han contado los conquistadores, los vencedores, los medios de comunicación hegemónicos. Eduardo Galeano supo que *Las venas abiertas de América Latina* (1971) no ha sido un libro mudo. Este libro como nuestras luchas populares, cuyo final aún está abierto, invita a recorrer cómo es que el derecho a la comunicación (abierto, crítica, creativa) es el faro de las democracias regionales, de la transformación, de la emancipación.

Daiana Bruzzone
La Plata, septiembre de 2015.

PRÓLOGO/ENTREVISTA A JESÚS MARTÍN BARBERO

“Las ciudadanías son el lugar donde se reinventa la política, es de lo que me hablan tanto mi memoria como la historia”

Jesús Martín Barbero

Las ciudadanías están basadas en la política pero no se agotan en ella; pues la ciudadanía puede significar tanto lo contrario de la política como el lugar de su reinención. Pensar la ciudadanía como el lugar de lo político puede sonar contradictorio pues de lo que está hecha la política no es tanto de lo que hacen los políticos como los ciudadanos. Entonces la política y las ciudadanías se ven entrelazadas por anacronías muy fuertes: son los tiempos del intervalo que trastornan la linealidad de la política al introducir otro tipo de tiempo, que no nos lleva directamente a nada de lo que cubre la palabra y la idea misma de política, ya que se trata de un tejido de acontecimientos imprevisibles y del surgimiento de actores nuevos. Que es el tiempo que estamos viviendo ahora: cuando las mujeres y los indígenas –por nombrar dos actores que mueven la política hoy en toda Latinoamérica– introducen en la política actos y actores nuevos, demandas viejas y también muy novedosas, y todo eso abre brechas en la vieja rutina de la política mediante otras figuras: los entre-tiempos, los des-tiempos y contra-tiempos. Sorpresa: a quien escuchaba la expresión “¡que contratiempo!” era a mi abuela, quien expresaba así una ruptura en

la normalidad de la vida. Y es justamente lo que norma la política hoy lo que anda fuera de sí: la vida política convertida en el más ladino y perverso de los simulacros. La complejidad del destiempo pasa por nombrar el destejido del tiempo que nos pone en marcha hacia otro tiempo transformando no sólo el significado de la palabra política sino su sentido más otro.

Pero en ese sentido ¿la ciudadanía sería la brecha que introduce el contratiempo en la política?

Sí, es la ciudadanía la que abre brecha. Pero vamos por partes, lo que aparece ahí es la posibilidad de que la política sea entre crisis dejando a la vista su entramado de nudos entre lo que la política hace y lo que debería hacer para ocuparse de los problemas de la gente. Que es cuando la ciudadanía desbarata las trampas de la política introduciendo el horizonte de la utopía. Las ciudadanías se convierten en el nuevo modo de estar juntos, un modo de estar juntos que deberá re-hacer, re-crear, re-inventar los sentidos de lo político tanto en el plural de las acciones como en el sentido de la política. Entonces la comunicación intermedia la política en un doble movimiento: pudre la política para poder volver a llenarla de sentido, del sentido que orienta la acción de los ciudadanos justo en la medida en que sacan a la luz las nuevas contradicciones de la política. La comunicación emerge de la acción ciudadana y no de los medios, estos ayudarán sólo en la medida en que sean capaces de potenciar el nuevo sentido que adquiere el estar-juntos de la gente del común.

Ciudadanos pasa entonces a nombrar aquella gente capaz de hacer estallar bombas políticas. Como las que puso *Snowden* al revelar las tramas del espionaje digital norteamericano que pusieron realmente a parir al mundo. La libertad de prensa hoy en el viejo Occidente es un mero artificio de embobamiento, la gente se masturba creyendo que ellos son la libertad cuando ellos solitos la están diluyendo para endulzar “su mundo”. Un periódico como *Le Monde* sigue vivo en la medida en que se diluye en el capital que lo alimenta de sus propias ganancias. *The New York Time* y

el *Washington Post* tratan de seguir convenciéndonos de que son libres, pero ahora son sus “increíbles editoriales” los que matizan y diluyen la crítica que les permiten sus nuevos dueños, que no son los que compran cada día su ejemplar sino los que han comprado el discurso posible, o sea el grado de autocensura que ordena al mundo convenciéndonos cada día de que habitamos un mundo ordenado.

La autocensura nos atrapa desde los dos lados: la que aceita la maquinaria del capitalismo y la que fabrica cotidiana y descaradamente los políticos de oficio. Y ello con el menor esfuerzo pues el sistema informacional es el que mejor funciona: lo que apareció como noticia en la mañana quedó viejo al mediodía y lo del día anterior es igualito al de hoy. Los periódicos son ellos mismos productores de una temporalidad sin sentido, que es la que ni hace memoria ni otea futuro. Y de ello da testimonio la práctica desaparición del género relato, o narración, en la prensa escrita. Tratan de sustituirlo con esporádicos relatos literarios cuando de lo que estamos hablando es de poner-en-relato los hechos de la vida cotidiana, de la social, de la política y de la cultura, pues poner en relato es ponerle memoria a lo que está pasando, tanto la memoria de lo que pasó ayer como la semana anterior. Pues sin memoria se pierde el sentido que traza el tiempo, y sólo encontramos anécdota entrelazadas pero desconectadas por más que se las alargue periódicamente hablando. Sin su puesta-en-relato los hechos del día son noticia ya vieja al día siguiente, y sin una mínima trama que los enlace no tenemos texto con el que ponerle sentido a la vida colectiva.

El lado más oculto y perverso de este “mundillo” es el modo en que los periodistas han ido interiorizando las lógicas de las empresas informativas con que las que el capitalismo financiero impregna el oficio: escribir por un sueldo implica aceptar que el propio periódico vete temas y ponga temas. Y atención, porque pasar del veto a la proposición significa que el periódico o el informativo de radio o TV se empieza a hacer cargo de la última de las tareas que les quedaba a “los comunicadores”: escoger los hechos que marcan el día implica que el dueño es quien decide sobre lo que vemos y lo que está pasando. ¡Y cuando creímos muertas a las ideologías, ellas reaparecen tanto del lado de los partidos políticos

como de las ciudadanías y también de los empresarios, al menos los empresarios de la comunicación que cada día que pasa son menos y más gordos!

Entonces esas tres palabras –ciudadanías, comunicación y política– son las realmente molestas porque no es la comunicación ni la política sino los proyectos y las acciones de los ciudadanos los oxigenan, renuevan y transforman la política.

La lucha por los medios

En América Latina asistimos a una reinención de los espacios de acceso y de democratización mediática, una lucha por las hegemonías políticas... y el lugar de las ciudadanías. ¿Cómo ves lo que ha pasado en América Latina con las nuevas leyes de medios que han buscado transformar la relación entre los medios y el Estado?

Últimamente la política ha venido siendo programada, en el sentido fuerte que tiene en cibernética la palabra programa, o sea, es la política la que, desde hace unos años, está siendo re-programada por la economía. Esta relación sigue siendo una relación-matriz porque sin husmear en la economía no entendemos que está pasando. Y algo parecido está pasando con la relación política-comunicación pues lo que entendemos por comunicación también está siendo re-programado, de un lado por la idea de tecnología y del otro por las sedes de la información genética. La pregunta es si las leyes de medios están re-programando, en alguna medida, la democracia en América Latina. Porque esas leyes han resultado excesivamente ambiguas. Estamos ante una reprogramación de izquierda que ha podido llegar al poder cediendo mucho y concediendo más. Ya que es en los medios –prensa, radio, televisión– donde la izquierda encontró su lugar para aparecer siendo de izquierda. Entonces se han puesto a proclamar con la boca chica, que decía mi abuela: “los ricos están queriendo controlar la prensa”, o sea ahora sí nos quieren controlar el pensamiento. Ante lo cual debemos tratar de comprender, primero, que la prensa ya no es lo que

fue porque ya no tiene el poder que tuvo o que creen que tuvo. En la semana que estuve en Quito escuché un programa de radio que me recomendaron escuchar porque se hacía desde la izquierda y realmente era de llorar, ya que ni el contenido de la información ni el lenguaje eran de izquierda, pero a alguien le parecía que así era. Y algo parecido del otro lado: la emisora más derechista resultaba de lo más normalito en Colombia o en Chile. Al menos en la radio –que oigo frecuentemente y siempre que viajo fuera de Colombia– lo que encuentro en ese medio es que es el único que sigue –a su manera– contando relatos, y a veces en el lenguaje mismo de los ciudadanos. La paradoja es cada día más fuerte: las izquierdas “en el poder” parecerían desconocer los adentros de los medios –radio y TV– que más influyen en la gente del común.

¿Pero en general estas leyes de medios pretenden controlar al poder, controlar a los dominantes, a los monopolios, controlando y fundando medios ciudadanos?

Sí, pero tienden a trabajar y legislar con una idea de control que es cuasi estalinista, y que muy poco tiene que ver con el empoderamiento de los ciudadanos. No le entregan los medios a los ciudadanos, sino que ponen a alguien a hablar por la ciudadanía. Lo que se está haciendo es utilizando cierto lenguaje de la ciudadanía para oponerlo al poder de los banqueros pero sin que eso cambie nada en la concepción de comunicación y en la comprensión del mundo de la mayoría. Esa ausencia de lenguaje capaz de resonar en las mayorías es el mayor fracaso de la izquierda, o sea que no están sabiendo traducir los cambios a un lenguaje que empodere a la gente, se empodera a los que están en el poder.

Pero hay que distinguir porque lo que está pasando en Ecuador es muy distinto de lo que pasa en Argentina. Son dos historias bien distintas. En Argentina, de larga data, hubo la creación de los medios ciudadanos en un proceso que era movimiento de ciudadanía, había empoderamiento de ciudadanía, y por eso empezó por donde tenía que empezar, por la radio que era el medio que, de entrada, no exigía que los ciudadanos, en su mayoría supieran

la dupla: leer/escribir. Lo que me lleva a preguntarme: ¿cómo queremos tener una prensa ciudadana si la escuela no está enseñando a escribir, sino sólo a leer? En Argentina con la nueva ley tomaron otra dirección, crear televisoras públicas. Ahí está un proyecto distinto, que tuvo las agallas de preguntarse ¿cómo contrapesamos al poder de los dos periódicos grandes, *La Nación* y *Clarín*? Y para hacerlo reinventaron la televisión, una TV para que los ciudadanos se reconozcan en su vida y en sus proyectos. ¡Porque además estamos peleando con una prensa que la inmensa mayoría o no tiene plata o no tiene ganas de leer, y la televisión es bastante más agradable cuando uno está jodido!

Yo diría que en Argentina se lucha una guerra entre poderes, especialmente contra el poder de *Clarín* cuando se crean alternativas al ver de los ciudadanos. Porque el objetivo no es pegarle a los periódicos sino enriquecer y pluralizar la oferta a los ciudadanos, pluralizar una oferta en la que se empodera a los ciudadanos para que ellos hagan su propia propaganda. Lo que encuentro en Ecuador es todo muy distinto, en Ecuador se ha reglamentado es el control de contenidos. La figura que yo esperaba de Ecuador era que exigiera abrir los periódicos a lo que necesitan y piensan los ciudadanos. El control estatal sin contrapesos y verdaderas alternativas desde lo público ha sido y sigue siendo muy peligroso en términos de proyecto político. Lo que en Ecuador falta es que haya medios que empoderen a los ciudadanos, de todas las edades y las clases, de todas las culturas y los oficios. No existe la propuesta fácil, no se puede pedir a la ciudadanía que cree lenguajes audiovisuales sin haber aprendido a hacerlos, hay que crear medios públicos y para eso hay que inventar el modelo.

La comunicación popular en tiempos de internet

En ese contexto, el otro tema importante ahora en América Latina es el de la comunicación popular, en qué se ha convertido la comunicación popular, porqué no se agota en lo ciudadano y creo que hay que comenzar a pensarla distinto. ¿Qué es hoy comunicación popular cuando

lo popular está mediado por lo mediático, por la internet, por la nueva reconfiguración de la política o sea lo popular hoy es una cosa jodida para pensar o no?

Tanto tan jodida que yo hoy no usaría esa palabra, pues tengo muchas dificultades para usar algo que se ha salido de madre. Lo que me llevaría a ver lo popular cobijando lo que son medios ciudadanos, las radios comunitarias y las pequeñas televisiones locales o regionales. Pero en el caso de la televisión, que es el medio más potente, eso quedó viciado porque los politiqueros contaminaron no pocas de las televisiones ciudadanas. Entonces, la palabra popular hoy está más cerca de lo que significó para los gringos en los años sesenta: algo más cerca de lo mediático que de la gente. Está más cerca de los géneros y de las maneras de cómo los géneros interpretan a las mayorías, desde *Los Sopranos* a la de los mafiosos *Breaking Bad*, yo veo por ahí una fuerte transformación de la figura del héroe: el héroe de *Los Soprano* tiene aún fuertes rasgos del héroe popular, pero ya no el de *Breaking Bad* que resulta más poderosamente gringo que latino popular.

Siento que estamos en otra cultura, una cultura de la fusión, pero no sé a qué se llama ciudadanía digital salvo en el sentido de que son montones de gente que nunca tuvo palabra propia la que está empezando a opinar en *Facebook*, y a intercambiar muchas cosas que antes eran propiedad unas minorías chiquitísimas. Este es el “dato clave”: la extensión del derecho a la palabra que posibilita la tecnología empieza a configurar un rostro otro en nuestras sociedades. Por supuesto ello da para el bien como para mal, pero antes eran los curas, los policías y los jueces, los únicos que delimitaban el bien del mal, mientras que hoy las ciudadanías, especialmente los jóvenes, están encontrando/tocando otras sonoridades. Y ahí es clave las músicas para expresarse y gustarse: porque lo que me gusta es lo que uso para bailar con mis amigos.

Creo que hay una re-creación de lo popular en términos de ensanchamiento de los gustos en su cantidad. Y fue Marx el que planteó el primer algoritmo al afirmar que el ensanchamiento de la cantidad lleva a un otro momento en el que se convierte en calidad, la cantidad transmuta en calidad. Lo que tendríamos que

empezar a auscultar, para llegar a conocer, son las mutaciones. Que es a lo que ha dedicado Alessandro Baricco su libro titulado *Los bárbaros*, y subtítulo *Ensayo sobre la mutación*. Muy difíciles de rastrear, las mutaciones empiezan desbaratando los linderos de las experiencias y las denominaciones que nos permitían diferenciar y nombrar las cosas. Hay muchos cambios que simulan cambios y que no son. Y una de las pocas cosas que empezamos a saber es que la maravillosa idea del progreso que orientaba a la modernidad se extravió y de ella “ni más”: estamos en otro tiempo, quizás en otra edad y en la entrada a otro mundo, quizás... Ahí está la confusión de los maestros de escuela confundiendo el chat con la escritura, cuando en lo que estamos es otra cosa: en la transcripción de una conversación oral. Y como los maestros no escriben sino que usan la escritura para transcribir su lección –o algunas de sus partes– en un tablero, entonces se sienten amenazados en su precaria autoridad. Y entonces lo que pasa es que la oralidad está de vuelta, y con su clientela ampliándose cada día, invadiendo lo que –durante la modernidad– fue el reino del poder hegemónico: ¡el reino de los que sí sabían escribir!

Ahora es otra hora, ya es hora de que escribir pueda ser el oficio de todos y no de unos pocos. El re-potenciamiento de la oralidad es prueba de que el progreso se acabó, y ahora vuelve, con fuerza y con valor, eso que hemos por debajado toda la vida: la oralidad y la visualidad. Hay que recuperar la oralidad, el cuerpo y su gestualidad tanto como la capacidad leer. Y como dijo, hace casi un siglo Walter Benjamin, ahora todos estamos listos para saltar de lectores a escritores, escribientes y escritores.

Entrevista de Omar Rincón
Bogotá, junio, 2015.

CIUDADANÍA Y COMUNICACIÓN

AUN FALTA HISTORIA RECIENTE Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Por *Florencia Saintout*¹ y *Andrea Varela*²

Después de la gran afirmación en torno a la muerte de la política, en América Latina al Sur primero, y en Europa del Sur más tarde, se habla de crisis del neoliberalismo. Se balbucea, se canta, se pinta en banderas de millones. Y es verdad, el neoliberalismo está en crisis. Lo han puesto en crisis las luchas por la dignidad y la justicia. Pero no ha muerto. No ha desaparecido un mundo de capitalismo tremendamente desigual que necesita del terror y la guerra para mantenerse vivo.

1 Florencia Saintout, Doctora en Ciencias Sociales (FLACSO). Docente e Investigadora. Decana de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

2 Andrea Varela, Doctora en Comunicación. Docente e Investigadora. Secretaria Académica de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Directora del Observatorio de Jóvenes, Comunicación y Medios; y de la Especialización en Comunicación y Juventudes. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Buenos Aires, Argentina.

Y también de los medios. De esos que son capaces de estructurar formas públicas de sentimiento. De engendrar oídos y vistas.

Este mundo salvaje sólo es aceptado si se adormecen las sensibilidades y las razones. Si se silencian para siempre. Y para ello usan maquinarias especializadas en el des/armado de la palabra. Ni siquiera estamos hablando del periodismo a secas, sino de mega empresas comunicacionales productoras de un sentido común que se vive como única verdad. De enunciados que se reconocen –como indiscutibles– al mismo tiempo en que se desconocen –como hechura histórica.

En un tiempo de mediatización de la vida cotidiana, la producción en serie de la verdad va acompañada de la invención de un tipo de subjetividad que huye a la información, y busca luces de espectáculo para alumbrarlo todo/escondiendo todo.

Los nuevos intentos de golpes de Estado parecen corroborar el papel central que ocupan los medios en espacio público, pero ya no sólo desinformando y mintiendo, sino operando activamente en la construcción de una escena sórdida que únicamente le conviene a aquellos que no pueden tolerar que gobiernos elegidos democráticamente busquen verdad y justicia.

Golpes al Estado cuando los gobierna el pueblo

Algún día los medios tendrán que dar cuenta por su accionar canalla durante la última dictadura así como también por su accionar canalla promoviendo nuevos modos de golpismo. De la misma forma en que el golpe de Estado de 1976 no fue sólo un golpe militar, tampoco hoy los intentos de golpes en la región son sólo judiciales o mediáticos. Pero ellos son los que van al frente.

Durante la dictadura militar en la Argentina los medios de comunicación no solo fueron cómplices sino que fueron autores del gran crimen. Como ha sido expuesto en varias ocasiones³ los medios

3 Verbitsky, H. y Bohoslavsky, J., 2013; Saintout, F., 2014; Blaustein, E. y Zubieta, M., 1998.

contribuyeron de dos modos básicos al terrorismo de Estado: ocultando y fraguando información desde la voz de los represores; y construyendo las condiciones culturales para que el exterminio de un sector de la población fuera “aceptable” e incluso “deseable”.

Hasta el momento ninguna causa contra ellos ha podido avanzar en los Juicios de Lesa Humanidad que se vienen sucediendo en el país, la que más lejos llegó ha sido la que llevó a declarar ante la justicia a un miembro de la familia Massot, responsable del siniestro diario *La Nueva Provincia* que publicaba información arrancada de las salas de tortura.

Tampoco se ha avanzado en la justicia en otros países de la región. En su lugar, si se suceden algunos casos de condenas sociales, como recientemente ocurrió en Chile, que la Asociación de Periodistas expulsó al diario *El Mercurio* por su accionar durante la dictadura chilena.

Lejos entonces de la justicia, durante los años del imperio del mercado por sobre todo lo demás, se constituyeron las empresas más infernales que se conocen en la historia de la comunicación en nuestra región: *Globo* en Brasil; *Televisa* y tv *Azteca* en México; *Clarín* en Argentina; *Cisneros* en Venezuela; *Copesa*, *El mercurio* en Chile; *Caracol* en Colombia, *El Universo* en Ecuador.

Todos ellos han atentado contra la democracia y contra los gobiernos populares en estos años. La promoción directa del golpe de Estado en Venezuela y Ecuador, y de los llamados “golpes blandos” en Argentina, Bolivia, Brasil y Paraguay en estos años –con la salvedad de Paraguay, todos sin éxito hasta el momento– son una muestra contundente del tipo de poder antidemocrático y antipopular del cual estamos hablando.

Estos medios concentrados han podido y pueden conspirar contra la democracia porque están dentro de una formación social en la que persisten rastros de una cultura macabra que refuerza sus posiciones al mismo tiempo que es reconfigurada en gran parte por ellos.

Sus lugares están sedimentados en las concepciones en torno al Estado como enemigo y de la política como negocio y podredumbre.

Nada de lo que se dice en los medios se dice en el vacío. El vacío social no existe. Los medios hablan en un contexto de rastros de neoliberalismo que aún no se fue ni terminó. Debemos recordar

que las mejores medidas tomadas para el bienestar de las mayorías en estos años han ido a contrapelo de la historia. Eso es y ha sido el kirchnerismo y los demás gobiernos populares en la región: una contracorriente; un engendro inesperado que se anidó en el recuerdo de las luchas que se suponían desaparecidas para siempre.

Pero es necesario saber que, aunque sacudidas, las estructuras más conservadoras y rancias de la Argentina no se han retirado. Amasadas en siglos, con cimientos de horror, no están dispuestas a entregar nada. Los medios concentrados no son en este esquema voceros ni medios: son actores centrales. Por eso es que la presidenta Cristina Fernández de Kirchner los trata como tales. Por eso es que todos los presidentes de estos últimos años en la región se dirigen a ellos y los interpelan.

Estos medios construyen la noticia diaria bajo las lógicas de la mercancía, atacando permanentemente a la política y al Estado en nombre de un modo de entender la libertad de expresión como una libertad pre pública y nada común. En todo caso, para ellos la libertad de expresión es sólo la libertad de unos pocos individuos. El resto son sobras.

Tienen un enorme poder de destrucción que además se inscribe en la memoria de un Estado que fue maquinaria de represión y expulsión para las mayorías no hace tanto tiempo. Un Estado a través del cual se cometieron grandes crímenes. También en esa memoria está presente aún el “que se vayan todos”. Al contrario de lo que a veces se supone, que rápidamente se ha olvidado la experiencia vital del desamparo, ésta ha quedado como un gran temor legítimo sobre el cual los medios gestionan ilegítimamente, de acuerdo a intereses inconfesables. Con pocos elementos y una gran maquinaria al servicio de la producción de verdades, activan sedimentos de desconfianza pero esta vez contra una política y un Estado que van en una dirección radicalmente distinta a aquella que se vivió en el triunfo neoliberal.

Tratan de presentar al Estado y a la política como un asunto sucio y monolítico del cual hay que huir –que huya la ciudadanía y que gobiernen los medios, sostienen–. Todo es para ellos una cuestión de poderes demoníacos, donde no hay creación, ni humanos, pero sobre todo, no hay acción colectiva. Aquí confluye la

derecha con un progresismo bruto que aporta una teoría lineal y miope del Estado hecha de falsos determinismos.

Es necesario contraponer a ese sentido común construido de manera interesada el debate más profundo de ideas y razonamientos. El Estado debe ser pensado desde perspectivas que den cuenta de su condición abigarrada e histórica, donde aún persisten fuerzas siniestras –para citar sólo un ejemplo, las que se incrustaron a lo largo de décadas en las áreas de Inteligencia, como también esas fuerzas represivas que se visibilizan en las denuncias contra la tortura en la mayoría de las cárceles del país– pero que luchan contra otras fuerzas habilitadas por la política que tienen un contundente sentido emancipador. Negar esa lucha es negar la posibilidad de transformación.

Como bestias salvajes muertas de hambre aplican la ley de las equivalencias para borrar el espesor de la palabra pública. Todo es lo mismo. Espectáculo, política, marketing, indignación y feria. Da lo mismo un atentado terrorista que tampones, justicia que silencio que bandera. Todo las veinticuatro horas minuto a minuto con el mismo gesto de asco.

Llenos de asco: porque las sirvientas dejaron de ser esclavas y los genocidas están presos; porque los varones se besan con varones; porque la asignación redefinió el universal; porque nunca más las chicas tendrán HPV; por los caminos de la libertad; por las botas de lluvia nuevas que permiten ir a la escuela sin barro en los pies.

Pero no es sólo asco sino también miedo. Saben lo que falta y lo que la política es capaz de hacer. Entonces bajo nuevas formas apelarán a lo mismo de tantas veces. Ellos, que *han procurado siempre que no tengamos historia, ni héroes ni mártires* (como denunciaba Rodolfo Walsh). Ellos que son los que creen aún hoy que *la historia es propiedad privada, cuyos dueños son los dueños de todas las cosas*.

Pero la historia la hacen los hombres, varones y mujeres. Y no siempre la memoria colectiva tiembla el miedo sino que muchas veces sabe de esperanzas. Y no siempre se *pierde ni las lecciones se olvidan. No siempre cada lucha tiene que empezar de nuevo, separada de las anteriores*.

La esperanza

Rodolfo Walsh, extraordinario escritor, periodista, militante asesinado por la última dictadura argentina, escribió el documento más contundente de denuncia de los crímenes de Estado. Su “Carta a la Junta Militar”, fechada en marzo de 1977, es una pieza clave para entender los alcances del plan de exterminio y saqueo de la Argentina que se prolongó luego en democracia.

Firma esa carta como escritor, “sin esperanza de ser escuchado, con la certeza de ser perseguido, pero fiel al compromiso de dar testimonio en tiempos difíciles”.

Efectivamente, por esa carta, pero sobre todo por su compromiso militante montonero es que lo fueron a buscar y lo asesinaron.

Cuando el 26 de marzo de 1977 Lilia Ferreiro llegó a la casita de San Vicente que compartía con Walsh todo estaba destruido. Los papeles y las cosas rotas. El último cuento que Rodolfo estaba escribiendo había desaparecido.

Las fuerzas de la derecha no sólo torturaron, asesinaron y desaparecieron personas. No sólo idearon el plan de miseria planificado para millones, sino que intentaron desaparecer la cultura de todos aquellos que peleaban contra los “sucios del dinero”, como dijo el poeta Juan Gelman en la Facultad de Periodismo de La Plata en un homenaje a Walsh.

Nada de eso contó la crónica periodística. Nada dijeron de los crímenes, pero tampoco nada dijeron de las luchas, de los que resistieron.

Esa es una historia que tuvo que ser contada por otros lados. Que se hizo lugar como pudo: con los movimientos de derechos humanos; con la política; con los varones y mujeres anónimos que aún en tiempos de terror guardaron en algún lugar de sus cuerpos la memoria de que otros tiempos pudieron haber sido felices. La memoria del calor.

Rodolfo Fogwill escribió *Los Pichiciegos* cuando terminaba la Guerra de Malvinas, antes de que terminara incluso. Es el libro más profundo sobre la derrota política, cultural, ética de una sociedad. No habla de Malvinas, habla de la derrota humana. Un grupo de sobrevivientes, o de aspirantes a sobrevivir como sea,

que solo tienen en común el rastro de una lengua, arrojados a la condena de la muerte en el sur de todos los sures.

Sobrevivir ni siquiera es un deseo, menos un proyecto. Es una especie de espasmo que sucede. Como se puede.

El frío del hielo de Malvinas es la metáfora de una sociedad congelada de dolor y de indiferencia, en un amasado en el cual la vida ya no puede ni siquiera ser llorada.

Y en ese texto escrito como se expulsa un coágulo entre el 11 y el 17 de junio de 1982, hacia el final, antes del final, hay un momento:

—Calentarse. Estuvimos dos semanas hablando sobre el frío y ahora llegamos a la cuestión de calentarnos...

—Eso no tiene nada que ver —descartó.

Como el calor —contaba que es como el calor —estás dos o tres días en el calor y lastima salir al frío. Pero los que estuvieron un tiempo en el calor —parece mentira— resisten el frío más y por más tiempo.

—Se de autos, de radiadores. Uno no es muy distinto de un auto. No es que uno guarde el calor en un termo de adentro, no es posible. Cualquier mecánico lo puede demostrar. Es otra cosa —explicaba—: Si se junta calor, después de un rato al frío el calor se va.

Pero el que estuvo un tiempo en el calor puede aguantar más tiempo el frío. Están ahí en el frío, ya se les enfriaron los termos y los circuitos del motor y siguen aguantando porque si llegan del calor, aunque estén fríos, se acuerdan del calor que tuvieron y pueden estar bien el frío sabiendo que el calor existe, que el calor estuvo, que puede estar ahí, esperándolos. En el frío, al que llegó desde el calor, cuando ya está frío le alcanza con saber que puede imaginarse cómo era el calor.

En cambio, el que estuvo en el frío, siempre en el frío, está frío, olvidó. Está listo, está frío, no tiene más calor en ningún lado y el frío lo come, le entra, ya no hay calor en ningún

sitio, lo único que puede calentar es el frío, quedarse quieto, y en cuanto puede imaginar que ese frío quieto es calor, se deja estar al frío, comienza a helarse y el frío le deja de doler y termina.

Luego de Malvinas, luego del Punto Final y la Ley de Obediencia Debida, luego de la continuidad de la dictadura en una democracia que dejaba de manera planificada a millones por fuera de la vida vivible algunos comenzaron a creer que el frío quieto podía ser la única posibilidad del calor y empezaron a terminar.

Otros, tenían el recuerdo del calor. De las luchas de los compañeros y la intensidad y la pasión de los que habían imaginado la justicia, el amor, la igualdad. De los días felices. Ese recuerdo del calor les permitió cortar las calles con banderas argentinas para decir que aún eran argentinos. Pintar las paredes de los asesinos. Ocupar fábricas. Saber en el terror de la intemperie que lo que sucedía no debía suceder. Que estaba mal. Que había que cambiarlo.

Esperar recordando el calor.

Los pueblos a veces son derrotados. Se mueren de frío. Y otras resisten, luchan, o simplemente, cuando se cree que están muertos, es que esperan.

En esa espera con el saber de un calor es que pudimos escuchar el llamado a reconstruir la patria. Aunque suene para algunos grandilocuente, poco académico, simple (como hijas de una generación pos Malvinas, nos asombra el placer provocador de la lengua). En esa simpleza pudimos seguir viviendo.

Cuando Lilia Ferreyra declaró en el juicio a los asesinos de Rodolfo, describió el cuento “Juan se iba por el río”. Y reclamó por él.

No consiguieron borrarlo de la memoria colectiva. Ni a él ni a los 30 mil desaparecidos.

Esperanza insobornable.

Esa es la que nos permite pensar que a pesar de los golpes, a pesar de lo que queda del neoliberalismo, no nos han vencido.

Y que la lucha por el derecho a la comunicación de los pueblos se inscribe en una larga historia de luchas –con el calor de los pichiciegos– cuyo final no se ha contado.

Bibliografía

- Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martín, *Decíamos ayer*, La prensa en el proceso, Colihue, Buenos Aires, 1998.
- Verbitsky, Horacio y Bohoslavsky, Juan Pablo, *Cuentas Pendientes, Los cómplices económicos de la Dictadura*, Siglo XXI, Buenos Aires, 2013.
- Saintout, Florencia, “Malditos medios: periodismo y ditadura”. *Promesas y Traiciones de la cultura masiva. Balance 30 años de democracia en la Argentina*. Papalini, Vanina, Compiladora. Edulp, La Plata, 2015.

POLÍTICAS PÚBLICAS DE COMUNICACIÓN DE MASAS, CIUDADANÍA Y CONFLICTO SOCIAL EN LAS SOCIEDADES CAPITALISTAS LATINOAMERICANAS UN ANÁLISIS DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Por Rodolfo Gómez¹

Introducción

Con la última “oleada” de retornos al tipo de gobierno democrático representativo en América Latina, luego del oscuro período de dictaduras que azotaron la región hasta aproximadamente mediados –o fines, en ciertos casos– de los años ochenta, la cuestión de la relación entre democracia y medios o entre política y medios, fue fuertemente debatida al interior del campo académico e intelectual, al calor de la creación por entonces de diversas licenciaturas en estudios en comunicación, periodismo y comunicación de masas.

Hoy día, con la elección de gobiernos progresistas en la región, esta preocupación ha pasado a ser de primer orden político, además del académico, en la medida que en casi todos estos países go-

¹ Magíster en Investigación en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Docente e investigador de la Universidad de Buenos Aires y de la Universidad del Salvador, Buenos Aires, Argentina.

bernados por el progresismo, el sistema de medios masivos comerciales se presenta como el *factótum* articulador de las prácticas y los discursos neoconservadores y de los agrupamientos políticos de la derecha ideológica.

Considerando el período histórico que va de la crisis de la hegemonía neoconservadora y neoliberal en nuestro continente, pasando por el momento de surgimiento de toda una serie de hechos de protesta social que pusieron en jaque a esos mismos gobiernos neoliberales, hasta la llegada al gobierno de partidos políticos progresistas que cuestionaron inicialmente el poder mediático y luego sancionaron leyes que buscaron controlar ese poder; analizaremos la relación entre esos mencionados hechos de protesta y la posterior sanción de leyes regulatorias del sistema mass-mediático comercial.

Adoptaremos para ello un esquema de pensamiento habermasiano reformulado, que sostendrá que los imperativos de funcionamiento del sistema mass-mediático comercial se encuentran determinados por una racionalidad de tipo instrumental que debe coordinarse con los tipos de racionalidad –tanto instrumental como estratégica– existentes en los sistemas económico y político; mientras que –de modo contrapuesto– las prácticas públicas desarrolladas por los movimientos protagonistas de los hechos de protesta se basan en un tipo de racionalidad comunicativa generadora de procesos de discusión democrática y por tanto de un tipo de ciudadanía que vamos a denominar “ciudadanía de calle” por diferencia con el tipo de ciudadanía proveniente del ámbito político. Es decir que distinguiremos, siguiendo a Habermas, porque ello resulta útil a nuestra intención, entre tipos de comunicación –sobre todo masiva– sistémicas, funcionales, y tendientes a promover el equilibrio social (y la coordinación entre sistemas y subsistemas) del sistema general; y otros tipos de comunicación no instrumentales provenientes del mundo de la vida cultural.

Pero a diferencia del planteo habermasiano, consideraremos –de un modo más dialéctico– que estas acciones comunicativas provenientes del mundo de la vida no son necesariamente consensuales, que pueden ser promotoras de protestas que impacten incluso al interior del sistema –político, económico o mediático–,

modificándolo; y al revés también consideraremos que así como las acciones comunicativas pueden incidir dentro del sistema, dicho sistema puede burocratizar o volver instrumentales a las acciones de protesta. Todo esto en la medida que el sistema para nosotros no será otra cosa que la sociedad capitalista, cuya lógica interna no es otra que los procesos de expansión y valorización capitalistas que expresan una totalidad –seremos aquí por cierto más lukácsianos² que habermasianos.

De modo tal que, para poder concretar nuestro propósito de pesquisa, analizaremos en primer lugar el rol o la función que el sistema de medios masivos comerciales cumplió durante el pasado reciente neoliberal en relación con los sistemas económico y político con los que interactuó, enmarcados todos estos en el funcionamiento de las sociedades capitalistas latinoamericanas. Lo que por cierto, supone considerar en segundo lugar, y en relación con este rol general, el rol particular que este sistema mass-mediático desempeñó frente a los hechos de protesta y de conflicto social al momento de crisis de los gobiernos neoliberales.

En tercer y último lugar, veremos el rol o las funciones actuales del sistema de medios masivos comerciales y el por qué de la sanción de las nuevas políticas públicas mediáticas que los regulan, impulsadas por los gobiernos progresistas de la región en el marco de un nuevo momento, que a grandes rasgos denominaremos pos-neoliberal, del capitalismo latinoamericano.

2 Siguiendo a Marx, es que Lukács observa que las sociedades capitalistas contemporáneas se encuentran atravesadas por un proceso de cosificación, producto de la expansión del fetichismo de la mercancía que invade el conjunto de las esferas de funcionamiento social. Cfr. al respecto Lukács, G., *Historia y Conciencia de clase*. Buenos Aires, Razón y Revolución, 2009.

De las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) a las políticas nacionales de mercantilización comunicacional durante el auge neoliberal: las relaciones entre sistemas de medios masivos comerciales y sistemas políticos y económicos

Mencionábamos en la introducción que la problemática mediática tuvo al momento del retorno de las democracias en América Latina, desde mediados de los años ochenta, una impronta más académica que política. Sin embargo, ello no había sido así en la década del setenta, cuando el campo intelectual –y en algunos pocos casos en el académico– producía conocimiento sobre los medios pero con la fuerte intención que esa mirada intelectual tenga incidencia sobre lo político.

Las diferentes propuestas, se hayan o no concretado, de políticas públicas sobre los medios masivos de comunicación agrupadas en las denominadas Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) fueron una muestra de que por entonces las preocupaciones intelectuales sobre el campo comunicacional y cultural buscaban tener un correlato político. Sin embargo mostramos, en un trabajo anterior, que esta perspectiva contaba con un punto de vista limitado respecto de lo que se entendía como política, al circunscribir a la misma a aquellas políticas que se desarrollaban básicamente desde el ámbito estatal (las que la ciencia política anglosajona denomina *policies*). Y lo mismo podría decirse de una noción –no demasiado presente en términos conceptuales por entonces en el campo intelectual– ligada con el pensamiento político como la de ciudadanía.

El fracaso en la implementación de las PNC y luego el triunfo de las dictaduras, promovieron un balance crítico que signó la reflexión de década de los ochenta. La palabra clave que articuló el pensamiento de esa época dentro de un campo intelectual al que ahora se le sumaban los académicos fue democracia³. Una palabra por cierto fuertemente política pero que a diferencia de los años setenta ahora no quedaba circunscrita únicamente a lo que sucedía *en y dentro* del aparato estatal. La democracia sí suponía

el recupero de un estado de derecho que se contraponía al estado burocrático autoritario⁴ pero al mismo tiempo también buscaba comprender las prácticas que la ciudadanía –en general, es decir, no solamente la clase dominante o la clase obrera– desplegaba al interior de la sociedad civil. En el ámbito de la reflexión respecto de los medios masivos de comunicación, la traducción de la mirada democratizadora pero trasladada a los medios y que incluyera una reflexión sobre las prácticas desarrolladas en la sociedad civil supusieron poner el foco en los receptores, antes que en los emisores –los propios medios, tal como había sucedido en la década del setenta.

Así, entrada la década de los ochenta, e iniciados en prácticamente toda América Latina los que dieron en llamarse los procesos de transición democráticos, la preocupación por desarrollar una teoría de la recepción en el campo intelectual como en el académico, más que por explicar el rol que cumplen o deberían cumplir los medios masivos de comunicación en el ámbito del funcionamiento de la democracia, implicó el desplazamiento conceptual de la pregunta setentista por las políticas públicas nacionales y estatales de comunicación de masas hacia la pregunta por unas políticas culturales que debían desarrollarse en el seno de la sociedad civil.⁵

De manera tal que transitada en América Latina la década del ochenta y entrada la década del noventa, nos encontrábamos con una reflexión comunicológica latinoamericana que al desplazar la

3 Cfr. al respecto Freibrun, N., *La reinención de la democracia. Intelectuales e ideas políticas en la Argentina de los ochenta*. Buenos Aires, Imago Mundi, 2014.

4 Cfr. al respecto O'Donnell, G., *Reflexiones sobre las tendencias generales de cambio del Estado burocrático-autoritario*. Buenos Aires, CEDES/G.E.CLACSO, N°1, 1975.

5 Cfr. al respecto García Canclini, N., Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano en AAVV, *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1987.

pregunta sobre los medios hacia la pregunta por los receptores y la sociedad civil creaba las condiciones, aunque no intencionadamente, para que triunfara ideológicamente justamente aquella única práctica que seguía organizada luego de la dictadura y del desarrollo de una democracia latinoamericana fuertemente condicionada por las recientes transformaciones capitalistas a nivel mundial: el mercado.

Estas transformaciones producidas al interior del capitalismo no solamente implicaron en gran parte de los países del denominado primer mundo la llegada al gobierno de partidos políticos de signo neoconservador sino que impactaron a nivel mundial, de modo que no es posible pensar sin ellas la crisis de los regímenes políticos soviéticos y la caída del Muro de Berlín. Junto con esto, la configuración de un clima cultural tanto neoconservador como neoliberal impactaron en América Latina, donde durante los noventa no solamente llegaron al gobierno opciones neoconservadoras en lo político y neoliberales en lo económico, sino que además en términos de clima cultural⁶ permitieron que dichos gobiernos radicalizaran de modo notable sus discursos y prácticas orientados al desarrollo y expansión del mercado y del capital. También en la medida que cualquier discurso crítico, contrario a ese pensamiento único parecía no encontrar soportes materiales de los cuáles asirse.

En Latinoamérica, esta hegemonía neoconservadora y neoliberal⁷ se plasmó en el inicio de toda una serie de procesos de privatización de empresas públicas, entre las que podían encontrarse diversos medios masivos de comunicación aún en manos del estado;

6 Introducimos la noción de clima cultural en términos de un *zeitgeist*, un espíritu de época artístico, social, intelectual que atraviesa el conjunto de las producciones intelectuales, artísticas, culturales generales en un período histórico determinado.

7 Para un análisis de cómo se articuló esa hegemonía neoconservadora en lo político-cultural y neoliberal en lo económico-social cfr. Bonnet, A., *La hegemonía menemista. El neoconservadurismo en la Argentina*. Buenos Aires, Prometeo, 2011.

pero más allá de esto, la radicalidad de ese discurso llevó a que en este campo –el de los medios masivos de comunicación– se produjera una gran concentración de la propiedad en pocas manos. Ahora bien, quisiéramos dejar en claro que a nuestro entender esta concentración del poder informativo-comunicacional-cultural en pocas manos –y aunque estas no sean una única mano– no se lleva bien con el funcionamiento de una democracia pluralista, deliberativa y aún conflictiva, aunque sí con la noción de equilibrio social que suelen pregonar las miradas neoconservadoras y neoliberales⁸, que en términos sociológicos y académicos se apoyaron en miradas e interpretaciones empiristas estructural-funcionales –que no debieran confundirse con las perspectivas estructuralistas– o bien sistémicas.

Estas miradas empiristas, en gran medida celebradoras –incluso metodológica y epistemológicamente hablando– del *status quo* capitalista fueron sin embargo aquellas que permitieron durante este momento histórico dar cuenta en concreto el rol institucional y las funciones y que cumplieron los (multi) medios masivos de comunicación comerciales en las sociedades contemporáneas, aún las latinoamericanas, durante este período histórico.

Diversos autores, entre ellos varios pertenecientes al campo de los denominados Estudios Culturales británicos, cuyos conceptos centrales habían sido tomados del teórico y político marxista italiano Antonio Gramsci, analizaron el rol y la función desempeñada por los medios masivos de comunicación en contextos neoconser-

8 En el denominado primer mundo, los principales teóricos neoconservadores fueron básicamente sociólogos, politólogos o críticos culturales como Daniel Bell, Seymour Lipset o Robert Nozick que dieron cuenta precisamente de un nuevo clima cultural y social en el capitalismo de esas latitudes. En cambio los principales teóricos neoliberales fueron economistas, y su punto de vista fue más que científico directamente militante. Tanto Milton Friedman como Frederick Von Hayek fueron buenos exponentes de lo que podríamos denominar ideólogos del neoliberalismo; cuyo laboratorio más exitoso fue precisamente la dictadura de Pinochet en Chile.

vadores, indicando cómo los medios construían y reforzaban una hegemonía cultural dominante tendiente a reproducir el orden capitalista. De allí trabajos como los de Raymond Williams, Stuart Hall, David Morley, Nicholas Garnham y desde el campo de la crítica cultural, autores como Terry Eagleton, Nick Stevenson, o Frederic Jameson.

Desde tiempo antes y desde una óptica empirista y francamente funcionalista, los trabajos desarrollados por autores como Lazarsfeld, Merton, Berelson, Katz, Klapper o Wright, hicieron foco en una noción y –coincidente con– una función de los medios masivos, que a nuestro entender es central para comprender su rol en las sociedades capitalistas modernas; sin ser incompatible –a pesar de la diferencia del enfoque teórico– con la de hegemonía –antes mencionada– tomada por los Estudios Culturales. Esa noción es la de control social, y es precisamente aquella función que los llamados sociólogos funcionalistas de la comunicación de masas encontraban empíricamente a la hora de medir los efectos que producían los medios masivos de comunicación.

Decíamos que dicha función –relevada empíricamente por estos autores– no era incompatible con lo que Gramsci o desde un punto de vista más culturalista Williams definían como hegemonía, ya que esta última suponía el reforzamiento del sentido común establecido, y esto era precisamente lo que los funcionalistas encontraban como el efecto provocado por los medios masivos, el de reforzar las normas y valores establecidos en el seno de los grupos básicos de la sociedad –como la familia, los amigos, las iglesias, etc., que es lo que estos autores denominaban grupos primarios⁹.

Para los funcionalistas, este efecto de reforzamiento de normas y valores que estaban fuertemente institucionalizados –en la medida que se generaban al interior de instituciones como por ejemplo la familia–, lo que suponía además que la sociedad estaba fuertemente integrada de modo institucional (así eran las cosas en la sociedad

9 Cfr. el notable texto de Cambiasso, N. y Grieco y Bavio, A., *Días Felices. Los usos del orden de la Escuela de Chicago al funcionalismo*. Buenos Aires, Eudeba, 1999.

estadounidense desde los años cuarenta en adelante, característica que podríamos decir se verifica aún en la actualidad) y que entonces todo conflicto se encontraba por tanto institucionalizado y podía ser resuelto consensuadamente por esta vía (institucional).

Pero en una América Latina de un retorno institucional reciente, dichas formulaciones eran consideradas –con algo de razón– poco representativas de nuestra realidad (lo que no justifica sin embargo, la poca atención que se les prestó en su momento a estas perspectivas para explicar el rol o la función que los medios masivos comerciales de comunicación cumplían en relación con el buen funcionamiento de la democracia).

Ciertamente que en el contexto capitalista latinoamericano, donde nos encontrábamos con el mencionado clima cultural de los noventa, y más allá de la influencia ejercida por los Estudios Culturales británicos sobre el campo intelectual y académico de nuestros países, no encontramos muchos trabajos que hayan focalizado en el análisis del rol y la funcionalidad que el sistema mass-mediático comercial desempeñaba en relación con el funcionamiento del régimen democrático representativo.

Por supuesto que hubo trabajos que analizaron la relación entre medios de comunicación y política, y cuyo trasfondo era la relación entre medios y democracia; como ser los llevados adelante por autores como Oscar Landi, Heriberto Muraro, Beatriz Sarlo, José Joaquín Brunner, Evelina Dagnino o Antonio Pasquali, entre otros; pero es cierto que en muchos de estos análisis el enfoque conceptual estuvo mayormente puesto en la capacidad de los receptores de resistir los embates televisivos –el medio masivo considerado hegemónico culturalmente por antonomasia–, más allá de que en su mayoría estos autores también consideraban que el impacto televisivo había transformado la forma de hacer política, dando surgimiento al marketing político, a las llamadas políticas (*policies*) de la imagen y a la videopolítica.¹⁰

10 Cfr. al respecto Landi, O., "Videopolítica y cultura", en Revista *Diálogos de la*

Aún en muchos de los balances –más o menos cuestionadores de la comunicología vernácula– que por los años noventa se hicieron del campo, como ser los de Fuentes Navarro o el posterior de Torrico Villanueva, o incluso el que desarrollaran los Mattelart; es difícil encontrar este tipo de referencias teóricas aplicadas –salvo en un sentido descriptivo– o que remitan a preguntas de investigación.¹¹

Ahora bien, luego de esta mirada crítica retrospectiva realizada sobre la producción intelectual y académica latinoamericana referida al funcionamiento de los medios en su vinculación con lo político, creemos que es absolutamente necesario analizar qué rol jugaron los medios masivos comerciales de comunicación como sistema en relación con el funcionamiento del sistema político democrático en ese capitalismo de fin de siglo y en este, el actual.

Podríamos afirmar, siguiendo al catalán Miquel Rodrigo Alsina, que en las modernas sociedades contemporáneas el sistema mass-mediático se desempeña en estrecha relación con el sistema político (ya que en última instancia es el Estado por ejemplo el dueño del espectro radioeléctrico y quien otorga o quien suspende el uso de las licencias en radiodifusión) y con el sistema económico (porque por cierto que los medios masivos, sobre todo los privados, son empresas comerciales).¹²

Comunicación N°29, Felafacs, Lima, 1991; Muraro, H., *La publicidad política (y la política de la publicidad) en la Argentina*, en Revista Diálogos de la Comunicación N°27, julio 1990; Sarlo, B., *Siete hipótesis sobre la videopolítica en Instántaneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*, Buenos Aires, Ariel, 1996; Dagnino, E. (Comp.), *Sociedad Civil, Esfera pública y Democratización en América Latina: Brasil, México*. FCE-Universidad Estadual de Campinas, 2002. 11 Cfr. al respecto Mattelart, A. y Mattelart, M., *Historia de las teorías de la comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 1998; Fuentes Navarro, R., *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, México, FELAFACS, 1992 y *La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI*, Ponencia presentada en el Seminario internacional: Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. Pontificia Universidad Católica del Perú, FELAFACS, Lima, Perú, julio 20-22 de 1999 y Torrico Villanueva, E., *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*, Buenos Aires, Norma, 2004.

12 Alsina, M., *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989.

De modo que una vez constituidos los multimedios en varios de los países latinoamericanos, pudo observarse que las empresas de medios masivos, favorecidas por las políticas de privatización neoliberal, no desarrollaron modos de intervención en la esfera pública que contradijeran ni a los gobiernos neoliberales ni a la opinión pública –favorable a las privatizaciones– dominante de modo tajante. Precisamente por esas mismas limitaciones que el sistema político establece sobre el sistema mediático masivo comercial, a la vez condicionado por el funcionamiento de ese tercer sistema que es el económico.

Pero una vez presentes en el ámbito público, algunos de los resultados de las políticas neoliberales, como ser el crecimiento indiscriminado de la desocupación, y la manutención de las políticas de ajuste y de contracción del consumo, producto a la vez del crecimiento también indiscriminado del endeudamiento externo; y manifestado el malestar de una parte importante de la población respecto de todo ello, comenzaron a aparecer en ese mismo sistema de medios masivos comerciales de comunicación (en algún sentido dando razón a las miradas recepcionistas) toda una serie de noticias que daban cuenta de hechos de corrupción protagonizados por actores importantes de estos gobiernos neoliberales (lo que, dada la defensa de estos políticos a ultranza de un tipo de capitalismo salvaje y prebendarlo, no debiera sorprender).

Podríamos preguntarnos el por qué de la aparición de este tipo de noticias, cuando estas empresas no solamente habían sido favorecidas por los gobiernos neoliberales sino que además dichos gobiernos se ubicaban todavía en la dirección de un estado que era el dueño del espectro radioeléctrico. La respuesta que podríamos ensayar es en gran medida estructural, y se basa en premisas funcionalistas.

Ya que a nuestro parecer esto fue así primero en la medida que los medios masivos comerciales no pueden dejar de dar cuenta del malestar de la población, y sobre todo, del malestar de aquellos sectores que eran consumidores de los mensajes de esos mismos medios.

En segundo lugar, porque si –como sostenemos– los medios masivos son instituciones que promueven el reforzamiento de las normas y valores presentes al interior de las mismas instituciones

sociales, y también la resolución institucionalizada de los conflictos; entonces toda política –aún la neoliberal– que promueva cierto desarrollo de desequilibrios o conflictos sociales, debe ser criticada, enunciando sus excesos.

Más claramente, si los medios masivos comerciales son instituciones sociales que, además de promover la circulación y el consumo de mercancías culturales, promueven el control y el equilibrio social, entonces deben señalar aquello que según las normas sociales son conductas desviadas y mostrar que hay políticas que pueden conducir al desequilibrio.

Si se nos permite un ejemplo de Argentina, no es casual que uno de los conductores mediáticos que en ese país promovió desde su programa de televisión de modo más enérgico las privatizaciones, como fue el caso del periodista Mariano Grondona, afirme en un reportaje del año 1991 que con tanta privatización extraña al estado¹³. Si entendemos que este periodista y abogado es aún hoy un intelectual orgánico del neoconservadurismo y del neoliberalismo latinoamericano (como también los Vargas Llosa, Oppenheimer, entre otros personajes célebres), comprendemos que esa intervención no suponía un proceso de transmutación ideológica del conductor televisivo sino un llamado de alerta frente a posibles consecuencias disfuncionales y peligrosas de la implementación de políticas neoliberales demasiado radicalizadas (como las que se desarrollaron en América Latina, con las nefastas consecuencias por todos conocidas), y donde mucho mercado podría no ser demasiado bueno para la estabilidad de los sistemas políticos en las sociedades capitalistas latinoamericanas.

En este sentido, pareciera ser que el sistema de medios masivos comerciales –considerando las diferencias y matices presentes en su interior–, en la medida que cumple esta función de control y de promoción de la estabilidad, debe siempre ubicarse en un justo

13 Entrevista a Mariano Grondona en diario *Página/12*: “Ahora en ciertos aspectos, extraño al Estado”, junio de 1991.

punto medio. Esto es, no *debiera* estar ni muy a la derecha, ni muy a la izquierda, de modo que cuando un gobierno pareciera desplazarse ideológicamente muy a la derecha y poner en peligro el equilibrio y la integración social, aparecen las críticas mediáticas, y al revés, entendemos que lo mismo sucede cuando pareciera ser –según por supuesto las particularidades de la cultura dominante y de la cultura política del país que se trate– que un gobierno se desplaza ideológicamente hacia la izquierda.

Todo esto por supuesto dentro de los límites ideológicos y prácticos establecidos por el funcionamiento del sistema político (con el que interactúa, reiteramos, el sistema mass-mediático comercial).

Ahora bien, en el marco de América Latina durante los noventa, donde precisamente las políticas neoliberales habían supuesto que la ciudadanía y la integración social eran promovidas principalmente por el mercado, habían sido justamente las limitaciones que presenta el mercado, como único factor de integración social, lo que desembocó en la aparición de una importante cantidad de hechos de protesta que cuestionaron muchas veces de modo severo la hegemonía neoliberal, promoviendo la búsqueda de recuperación de aquellas ciudadanías que el mercado no generaba y que por entonces tampoco eran generadas por el Estado o por el conjunto del sistema político (donde ese mismo Estado se encuentra).

Pero en la medida que estos hechos de protesta eran en cierto modo promotores del desarrollo de conflictos, y por tanto podían promover el desequilibrio social, ello implicaba que el rol y la función de los medios cumplían al respecto –por ese entonces– era ambiguo.

¿Por qué ambiguo? Precisamente por este rol de fiel de la balanza que ubica en una suerte de punto medio ideológico a los medios masivos de comunicación, en vinculación con los sistemas político y económico, sin traspasar nunca –como es obvio– los límites del funcionamiento general de las sociedades capitalistas.

Esto quiere decir que, en la medida que el sistema de medios masivos promueve el reforzamiento de las normas y valores institucionales existentes en la sociedad, es posible que los mismos medios difundan aquellos tipos de conflicto que, o bien promueven el

desarrollo de cierta institucionalidad –incluso *ciudadanía*– o bien se encuentran dentro de los límites establecidos por las normas y valores sociales (como ejemplo podríamos poner el caso de la llamada “Carpa Blanca” en la Argentina, hecho de protesta que cuestionó las políticas neoliberales en el ámbito educativo, pero a la vez reclamaba un derecho muy caro históricamente a las clases medias argentinas, como es el derecho a la educación).

Ahora, cuando los hechos de protesta son protagonizados por sujetos colectivos o movimientos sociales que cuestionan el funcionamiento institucional –neoliberal en este caso, aunque también debiéramos ubicarlo dentro de una institucionalidad democrática formal– o bien presentan críticas a las normas y valores hegemónicos en la sociedad –y aquí los ejemplos son muy variados, ya que podrían agruparse casos como el del zapatismo mexicano, o el de los movimientos piqueteros en la Argentina, pasando por el movimiento campesino indígena en Bolivia, o el movimiento indígena ecuatoriano, o los agrupamientos de campesinos en Paraguay, el Movimiento de los Sin Tierra en Brasil, o más recientemente el movimiento estudiantil en Chile, entre otros posibles–; los medios masivos sistémicos tendieron a estigmatizar la protesta, en muchos casos –la mayoría podríamos decir– al sostener que la misma es violenta, o que sus actores promueven acciones que se encuentran en el borde o fuera de la ley, de modo tal que entonces deben ser sancionados.

Muchos investigadores latinoamericanos –y de otras latitudes–, sociólogos, académicos en general, han caracterizado y definido esta función mediática en nuestros países, que no se contradice con la función ya mencionada de control social y de producción de sentido hegemónico dominante, como de criminalización de la protesta social.¹⁴

14 Cfr. al respecto Svampa, M. y Pandolfi, C., “Las Vías de la Criminalización de la protesta en Argentina”, en Revista OSAL N° 14, Buenos Aires, CLACSO. Octubre de 2005.

Políticas públicas de comunicación de masas en América Latina y conflicto social: de la crisis del “consenso” neoliberal a los gobiernos progresistas latinoamericanos y más allá

La caracterización que hicimos respecto de las funciones y roles que los sistemas de medios cumplieron durante el período neoliberal de los noventa en Latinoamérica, viene a colación para describir cuál fue la actuación de los medios en el marco de las diferentes revueltas, rebeliones, que se produjeron en países como Argentina, Bolivia, Ecuador, y que implicaron –por lo menos en todos estos casos– la deposición de presidentes electos constitucionalmente y vía elecciones libres, aunque con la particularidad de no suponer la interrupción del orden democrático constitucional; ya que también en todos estos casos ello implicó la continuidad de la mayoría de las instituciones democráticas (a diferencia de lo sucedido por esos años con el gobierno neoliberal de Fujimori que intervino directamente el parlamento, esto no fue lo que ocurrió ni en Argentina en 2001, ni en Bolivia en 2003 ni en Ecuador en 2004/5, donde al contrario los partidos en el parlamento y el propio parlamento como institución jugaron un rol en la organización del llamado a elecciones).

Más allá de la aclaración que realizamos respecto de que estas revueltas no desembocaron estrictamente hablando en un golpe de estado a pesar de la deposición del presidente, sí las mismas supusieron en términos generales un fuerte cuestionamiento respecto del funcionamiento de un sistema político democrático que no había generado ciudadanía –política y económica– y por tanto se observaba –por sectores importantes de la población– como ilegítimo –aunque no ilegal.

Si los sistemas masivos mediáticos comerciales se encontraban en una estrecha vinculación con los sistemas políticos –como ya explicamos–, estos cuestionamientos al sistema político general debían de algún modo impactar en el accionar de estos sistemas mass-mediáticos. Y si el sistema de medios masivos comerciales cumplía la función de reforzar con sus mensajes las normas y valores sociales e institucionales vigentes, esto implicaba que los

medios debían señalar que las acciones comunicativas públicas de los grupos que protagonizaban las protestas no eran acciones tendientes a la búsqueda de consenso ni acciones que se encontraran canalizadas a través de instituciones –como incluso son los sindicatos u organizaciones no gubernamentales como *Greenpeace*– con reglas y normas de funcionamiento claras y propias. Antes bien, las acciones comunicativas desplegadas públicamente por los actores de estas protestas se caracterizaban por no estar en principio canalizadas por instituciones –sí se observó en cambio la presencia de algunas organizaciones–, y en estos términos no podía preverse con algún viso de realidad cuáles serían las consecuencias de las mismas.

Se deduce que si un sistema como el mass-mediático, cuya función es promover el equilibrio sistémico –la hegemonía– a través de un reforzamiento de normas y valores institucionalizados, se basa en el control social –vinculando incluso en términos cibernéticos información con control–; no puede observar sino como disfuncionales estos *imprevisibles* –y por tanto carentes de posibilidades de control– hechos de protesta.

En trabajos anteriores hemos intentado mostrar, teóricamente y a través de relevamiento empírico, el rol funcional al restablecimiento del orden que llevó adelante el sistema mass-mediático en términos generales, y más allá de los obvios matices discursivos que podríamos encontrar entre las empresas periodísticas, durante los sucesos de protesta ocurridos en diciembre de 2001 en Argentina¹⁵. Pudimos ver allí cómo los periódicos mayoritaria-

15 Cfr. al respecto Allievi, C., Gambina, A., Gómez, R., Pulleiro, A., Ronconi, M., “La reconfiguración de la hegemonía cultural: significaciones en disputa en la esfera pública, los medios masivos de comunicación y el campo intelectual (2001-2007)” en Gambina, J., Rajland, B., Campione, D. (Comps.), *Hegemonía y proceso de acumulación capitalista en Latinoamérica hoy (2001-2007)*. *El caso argentino*, Buenos Aires, Ediciones FISYP-RSL, 2011; también Gambina, A., Gómez, R. y Ronconi, M., “El rol de los medios masivos de comunicación comerciales en el proceso de recomposición de la hegemonía dominante en la Argentina (2001-

mente asociaban –en ciertos casos como el del diario *Clarín*, explícitamente– la protesta social (de esa forma se titulaba una de las columnas) con hechos delictivos (por ejemplo, con saqueos de supermercados) y por tanto convocaban a la necesidad de la acción policial para retomar el control de la situación (en ciertos casos, como el diario *Página/12*, no se sostenían estas posiciones, aunque sí se llamaba la atención sobre la necesidad de salvaguardar el funcionamiento del sistema –del orden– político democrático).

Un tratamiento similar por parte del sistema masivo mediático comercial pudo ser observado en el caso de Bolivia en dos ocasiones, una de ellas previa a los hechos de movilización social que implicaron la caída del gobierno neoliberal de Gonzalo Sánchez de Lozada: la denominada *Guerra del Agua* –desarrollada sobre todo en Cochabamba– del año 2000 y las movilizaciones sociales de 2003.

En el primero de los casos –el de la *Guerra del Agua*–, la función desempeñada por los medios fue casi paradigmática respecto de las funciones antes mencionadas, el sistema mediático osciló entre dos momentos en relación con ese hecho de protesta social, ya que inicialmente denunció tanto la irracionalidad como la violencia de la protesta, indicando que la misma bordeaba prácticamente la ilegalidad con su cuestionamiento de la propiedad privada (recordemos que, entre otras cuestiones, el estallido del conflicto se dio por la privatización de la empresa pública encargada del suministro de agua y por el inmediato aumento de las tarifas que se dio como consecuencia), y en un segundo momento comenzó a matizar la posición crítica hacia los manifestantes cuando la posición de estos ganó adhesiones en prácticamente todos los sectores de la población cochabambina.

Algo similar pudo encontrarse en los importantes hechos de protesta protagonizados por los movimientos sociales bolivianos en 2003 y que tuvieron por resultado la renuncia del entonces

presidente Gonzalo Sánchez de Lozada. También allí los medios observaron con desconfianza la ocupación del espacio público de diferentes ciudades por parte de los movimientos sociales; modificando en parte su posición a medida que las movilizaciones iban encontrándose con mayor adhesión popular, aunque por cierto alertando una vez producida la renuncia del presidente sobre la “necesidad” de la continuidad institucional.¹⁶

Decimos que este comportamiento mediático es paradigmático en la medida que, por un lado, sus discursos se encuentran traccionados por los tipos de racionalidad estratégico-instrumental prevalecientes en los sistemas político y económico; y, por el otro, dichos discursos tampoco pueden desconectarse completamente de una opinión pública –no mediática y no fabricada por encuestas, tal como sostiene Habermas– que se encuentra presente en la discursividad de una población –de hecho, como es sabido también los medios masivos se sostienen a partir de la venta comercial.

Si bien es cierto que no hay demasiados análisis que hayan focalizado en nuestro objeto de estudio, los existentes que han tomado en consideración el rol de los medios masivos en los sucesivos hechos de protesta antineoliberales latinoamericanos, aunque no se basen en la misma perspectiva teórica y la misma metodología de análisis, como ser las movilizaciones populares bolivianas de 2003 o las llamadas *rebeliones forajidas* ecuatorianas de 2005¹⁷; han llegando a conclusiones que se encuentran en sintonía –más allá de matices que hace que no sean absolutamente idénticas– con nuestro planteo.

16 Cfr. al respecto Torrico Villanueva, E., "La narrativa periodística esorganizadora: la prensa en la crisis de hegemonía de Bolivia", ponencia presentada en el XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, septiembre de 2006; Giavedoni, D., *Los medios en Bolivia: mapa y legislación de los medios de comunicación* en La Revista del CCC [en línea] N°9/10, mayo-diciembre 2010. Disponible en Internet: <http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/169/>.

17 En su texto donde analiza el rol que desempeñaron los medios masivos dominantes durante las rebeliones “forajidas” en Ecuador, Hernán Reyes da

Podríamos afirmar que en la mayoría de estos casos, donde la protesta impactó fuertemente en el sistema político, provocando por ejemplo la renuncia del presidente y donde a posteriori no estaba demasiado en claro si esto suponía una ruptura –en términos golpistas– del orden constitucional establecido, las posiciones de los medios masivos comerciales supusieron el intento de garantizar un momento de estabilidad política para conducir nuevamente a un proceso eleccionario.

Esto fue así con los matices que podríamos encontrar dentro de cada caso, en la Argentina, pero también en Bolivia y en Ecuador.

Ahora bien, al mismo tiempo sería posible sostener que por lo menos en el caso de Argentina –aunque también podríamos sumar a este caso el ejemplo ecuatoriano–, el sistema mediático masivo comercial sintonizó perfectamente con un sistema político que debía re-legitimarse, que debía superar aquel conocido eslogan presente en las previas jornadas de protesta: “Que se vayan todos”.

De modo tal que, en términos generales, podían encontrarse por entonces –estamos hablando del año 2003 en Argentina, o bien del año 2006 en Ecuador– en los principales medios masivos de comunicación, noticias que mencionaban condiciones favorables para el buen funcionamiento de la economía, o aún datos económicos favorables al crecimiento económico, incluso podía ser observable en aquel período cierta perspectiva relativamente “imparcial” u “objetiva” en lo que respecta a las contiendas electorales

cuenta de las críticas que el entonces presidente Gutiérrez recibía de los medios masivos de comunicación; aunque también informa que fueron estos mismos medios y sobre todo los programas periodísticos televisivos los que recibieron la mayor impugnación por parte de los manifestantes protagonistas de las protestas. Precisamente por las caracterizaciones que siempre los medios masivos comerciales realizan de aquellos hechos de protesta social cuyas consecuencias son imprevisibles para el equilibrio del orden capitalista dominante. Cfr. Reyes, H., "Pos-neoliberalismo y luchas por la hegemonía en Ecuador: los entrecruces entre la política y la comunicación" en Susana Sel (Comp.), *Políticas de Comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Buenos Aires, CLACSO, 2012.

que enfrentaban a oficialismo con oposición. Comportamiento que, hay que decirlo, no se observa en el caso de Bolivia y tampoco en el de Brasil, ya que en estos dos casos básicamente encontramos desde los inicios del gobierno de Evo Morales y el de Lula da Silva, un fuerte posicionamiento crítico por parte de los medios dominantes.

Una posible hipótesis explicativa que se alinea con la perspectiva teórica que esbozamos a lo largo del trabajo, tiene que ver nuevamente con la función del “control social” planteado respecto de los sistemas de medios masivos comerciales y su vinculación con los sistemas político y económico. En principio podríamos decir que si consideramos ese rol ideológico intermedio –entre la derecha y la izquierda–, de fiel de la balanza política –e ideológica– que en su momento asignamos al sistema de medios masivos comerciales, puede sostenerse que en términos tanto ideológicos, como políticos y –agregamos aquí– culturales, ambos gobiernos representarían un corrimiento hacia izquierda que estaría por sobre lo que podría tolerar el sistema político sin recaer en la disfuncionalidad.

Para el caso puntual de Evo Morales, esto parecería estar reforzado –no tanto en el caso de Lula– por la fuerte presencia de representantes de movimientos sociales durante gran parte de su primer gobierno; lo que aumentaría el grado de incertidumbre por parte de los sistemas político y mediático –cabría agregar también aquí al sistema económico– que buscan precisamente la previsibilidad y la estabilidad.

Como es sabido, la respuesta del gobierno de Morales a esto fue en primer lugar, en relación con el sistema político, la Reforma Constitucional que dio origen al primer Estado Plurinacional de América Latina y luego en relación con el sistema mass-mediático, la reciente sanción de una ley que regula el funcionamiento de estos medios masivos comerciales.

Comentario aparte merece el caso venezolano, correspondiente al primero de los gobiernos antineoliberales que se constituyen en la región –con la sola excepción del caso cubano, único país latinoamericano que sobrevivió heroicamente a la hegemonía neoliberal capitalista.

Siguiendo la perspectiva teórica planteada a lo largo del trabajo, relativa al rol y la función que cumplen los sistemas mass-mediá-

ticos comerciales en vinculación con los sistemas político y económico, y considerando que Chávez había protagonizado un intento golpista en el año 1992 contra el entonces presidente Carlos Andrés Pérez, debiéramos decir que era coherente que el “chavismo” de los inicios y posteriormente a ese hecho no gozara de buena prensa.

Ahora bien, esto no cambió una vez que Chávez fuera electo constitucionalmente a través de elecciones legales, libres. Aún en este caso, y todavía en plena década neoliberal –recordemos que la llegada de Chávez al gobierno fue a fines de los noventa–, ese sistema mass-mediático comercial dominante prosiguió con su posicionamiento crítico hacia ese gobierno, y ello se intensificó aún más una vez que Chávez promovió y produjo una Reforma Constitucional –la que dio origen a la actual República Bolivariana de Venezuela– en contra de un sistema político completamente deslegitimado en el conjunto de la población y donde se comprobaron importantes hechos de corrupción. En un sentido similar a lo que habíamos mencionado respecto de Morales –aunque el proceso chavista fue previo–, y siendo que a posteriori de la puesta en funcionamiento de la Nueva Constitución Bolivariana se intensificó el embate crítico hacia el gobierno del sistema mediático masivo comercial, de modo tal que probadamente gran parte de los medios masivos comerciales colaboraron con el golpe de estado que derribó al gobierno de Chávez en 2002; una vez repuesto el presidente Chávez en ese mismo gobierno se encararon debidamente un conjunto de leyes que buscaron regular el funcionamiento de ese mismo sistema mass-mediático.¹⁸

18 Cfr. Hernández, D. y Reina, O., "Elementos para la definición de una Política de Información y Comunicación de Estado" en Susana Sel (Comp.), *Políticas de Comunicación en el capitalismo contemporáneo*, Buenos Aires, CLACSO, 2012; también De Moraes, D., *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*, Buenos Aires, Paidós, 2011.

En conclusión, en el caso venezolano, como en los anteriormente mencionados de Bolivia y Brasil, observamos un posicionamiento notoriamente crítico hacia los gobiernos electos democráticamente por parte del sistema de medios masivos comerciales, sobre todo si consideramos en términos generales aquellos medios que definiríamos como más consumidos y dominantes por su alcance, o incluso hegemónicos en el sentido de la promoción de prácticas capitalistas dominantes.

En cambio en los casos de Chile y Uruguay, la problemática relativa a los medios masivos de comunicación y su vinculación respecto de las acciones comunicativas públicas desplegadas por los movimientos sociales que surgieron al calor de la lucha contra las políticas neoliberales, pareció darse de manera diferente.

De estos dos últimos casos mencionados, en el de Uruguay se dio un elemento que modificó en cierto modo el escenario, al momento de la sanción por parte del gobierno del Frente Amplio de la ley que regulaba el funcionamiento de las radios comunitarias y que pudo generar cierto grado de rispidez con los medios comerciales uruguayos. Sin embargo, podríamos decir que más allá de las críticas que pudieran encontrarse en las posiciones de los medios masivos respecto de la actuación política del Frente Amplio, lo cierto es que aquellos no motivaron un proceso de confrontación radicalizada con el gobierno que pudiera redundar en la sanción de una legislación que permitiera democratizar el funcionamiento mediático.

El caso de Chile pareció ir por otros carriles ya que allí el llamado “proceso de transición” a la democracia mantuvo incluso ciertas prerrogativas respecto del régimen dictatorial de Pinochet, y la democracia que surgió estuvo notablemente condicionada en términos políticos –y podríamos decir también en términos económicos–; de modo que la vinculación entre este nuevo sistema político surgido de la transición –condicionado de modo importante como dijimos– y el sistema de medios comerciales no varió sustancialmente, ni supuso una conflictividad exacerbada ni la sanción de legislación al respecto. Pero en este contexto, incluso ya hacia el final del período del primer gobierno de la *Concertación* presidido por Bachellet y del inicio del gobierno conservador de Piñera nos encontramos con la emergencia de un potente movimiento estudiantil, al que podría decirsele

que surgió en el marco de un gobierno derechista. Sin embargo, el alcance de este movimiento de protesta excedió los signos políticos de los gobiernos de turno, en la medida que la acción comunicativa pública y crítica que contiene fue directamente al corazón de una política educativa de corte neoliberal que se sostiene en Chile desde la dictadura de Pinochet, pasando por los diferentes gobiernos de la *Concertación* y por el del derechista Piñera.

Nos interesa aquí detenernos en el análisis del comportamiento del sistema de medios masivos de comunicación. Sobre todo porque, más allá de las diferencias contextuales, políticas, culturales, económicas, también en este caso nos encontramos con un comportamiento similar –la mencionada prosecución del control social y del restablecimiento del orden– respecto de los hechos de protesta públicos protagonizados por el movimiento estudiantil.

Como en el ejemplo que presentamos de Bolivia, también aquí pudo observarse un primer momento donde los medios masivos salieron a cuestionar severamente tanto a los líderes del movimiento estudiantil como al movimiento en su conjunto, tildándolo de violento, irracional, falto de propuestas, utópico, adolescente –entre otros epítetos proferidos–. Pero una vez que el movimiento estudiantil –aclaremos que nos referimos en general, tanto al caso de los estudiantes secundarios “pingüinos” como al de aquellos participantes en el movimiento estudiantil universitario– logró mostrar que ese reclamo prendía como un reclamo no meramente particular de los estudiantes sino que más bien se generalizaba como un reclamo de toda la población para democratizar la educación; comenzaron a aparecer en los medios masivos, sobre todo los de mayor tirada y alcance ciertos matices –más “objetivos” y en ciertos casos favorables– respecto de la caracterización original del movimiento y de sus líderes. Es decir, que cambiaba la caracterización de los actores de la protesta en la medida que se entendía que el reclamo se generalizaba a toda la población y por tanto, la discusión normativa que contenía se encontraba dentro de los límites de la institucionalidad social y cultural de la sociedad.

Ahora bien, realizados estos comentarios, nuestra pregunta es si es posible sistematizar cierto patrón de funcionamiento que de cuenta de las funciones o roles que los sistemas de medios masivos

comerciales –agreguemos, mayoritarios, en la medida de su alcance, cobertura, etc.– en el marco de las democracias desarrolladas en las sociedades capitalistas latinoamericanas actuales. Sobre todo considerando que nuestra hipótesis de trabajo refiere a las relaciones planteadas entre las posiciones que los sistemas mass-mediáticos asumieron en relación con los gobiernos neoliberales primero, con los hechos de protesta desarrollados durante ese período e incluso luego, con la llegada a los gobiernos de coaliciones o partidos de signo progresista o de centro-izquierda; y también a posteriori con esos gobiernos progresistas y la sanción de legislación regulatoria respecto de esa actividad mediática comercial.

Nuestra respuesta es que sí sería posible establecer algunas sistematizaciones en lo que refiere al funcionamiento del sistema mass-mediático comercial, con las salvedades del caso, considerando desde un punto de vista central la mencionada función de control social, pero que se encuentra en sintonía con otras funciones anteriormente relevadas por diferentes investigaciones empíricas. Más allá de la conocida disfunción narcotizante que tanto había alarmado a los sociólogos funcionalistas, aunque luego observaran que dicha disfunción era perfectamente funcional para el comportamiento del sistema político electoral norteamericano –y sigue siendo así–; estos teóricos enumeraron algunas funciones de los medios masivos que apoyan su perspectiva, que los mismos contribuían al equilibrio social en la medida que el efecto de los mensajes reforzaban las normas y valores vigentes. Entre esas funciones se encontraban la función conferidora de estatus y sobre todo aquella que promovía la compulsión respecto de las normas sociales establecidas; pero también aquellas que referían a la organización interna de las diferentes organizaciones que componen a la sociedad para responder a los estímulos del entorno y a la transmisión de la herencia cultural, como así también la predominante función de entretenimiento.¹⁹

19 Cfr. Lazarsfeld, P. y Merton, R., “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”, en de Moragas, M., *Sociología de la comunicación*

Decíamos que en la medida que estas funciones coincidentes con los efectos producidos por los mensajes de los medios, promovían el control social, a través del reforzamiento de normas y valores institucionales e institucionalizados; ello redundaba en la resolución racional –e institucional– de los conflictos y para estos sociólogos todo en su conjunto contribuía a pensar que la sociedad moderna era una mesocracia, es decir, una gran sociedad de clase media²⁰. Si bien es cierto que estos sociólogos podían relevar esto en una sociedad como la estadounidense, ello nos da una pauta empírica de que en términos de funcionalidades, los medios masivos de comunicación se ubican en un espectro ideológico medio; esto es, que no pueden promover –dadas sus funciones de control social y las limitaciones que establecían los sistemas político y económico en el capitalismo– ideologías extremas. Este es el motivo por el que sosteníamos, que en términos ideológicos, se ubicaban como si fueran una suerte de fiel de la balanza entre ideologías que podían oscilar entre la derecha y la izquierda, y siempre traccionaban hacia el centro –ideológico.

Y por eso también decíamos que en ese sentido, el discurso anticorrupción de los medios sirvió y sirve para la crítica de muchos gobiernos muy corridos a la derecha o que están muy corridos a la izquierda.

Debemos agregar, además, algo a lo que no nos referimos demasiado en nuestra exposición hasta ahora, el funcionamiento del sistema mediático tampoco puede contradecirse de modo radical con el funcionamiento del sistema económico; y si es cierto que el sistema de medios pudo funcionar equilibradamente en relación con el sistema político y con el sistema económico, durante los noventa, momento

de masas, Gustavo Gili, Barcelona 1986; Lasswell, H., "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en de Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona 1986; también Wright, R., "Análisis funcional y comunicación de masas" en de Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona 1986.

20 Cambiasso, N. y Grieco y Bavio, A., Op.Cit., Buenos Aires, Eudeba, 1999.

donde había efectivamente hegemonía –en el sentido gramsciano del término– por parte de las clases dominantes y del capital; ello tenía que ver a la vez con un momento particular del funcionamiento del capitalismo a nivel general.

Este nuevo momento del capitalismo, atravesado por fuertes crisis, genera –incluso actualmente– un tipo de hegemonía más frágil y al mismo tiempo más dinámica, donde el intervencionismo estatal debe estar a la orden del día, en pos del rescate que permita la funcionalidad capitalista.

De modo que cabría preguntarse y dudar, respecto de si es posible una recomposición hegemónica dominante a través de formas más propias de los noventa. Más bien pareciera ser que, una vez entrada en crisis la forma neoliberal, y frente a un nuevo momento del capitalismo, la relación antes planteada entre sistema político, sistema mass-mediático y sistema económico tuvo que reformularse.

Si ello fue tan así que en términos económicos supuso la necesidad de recuperar el intervencionismo estatal (y no sólo en América Latina, baste recordar que el Estado norteamericano fue el encargado de rescatar a varios bancos que entraron en quiebra en ese país, como así el encargado de rescatar de la quiebra a una empresa emblemática como la General Motors), tan así que supuso también la transformación de los sistemas políticos en varios de los países de la región (y en algunos otros donde no hubo reforma de la Constitución por estos momentos, si se produjeron modificaciones políticas de menor escala); debiera pensarse que no podría ser de otro modo en el ámbito comunicacional. De allí la sanción por parte de muchos de los actuales gobiernos progresistas de la región (y de otros no progresistas como el mexicano, que hace muy poco tiempo estableció una ley que justamente ratifica –a contrapelo de la historia– el beneficio de los monopolios mediáticos²¹) de leyes que regulan el modo de acción presente en el sistema de medios masivos comerciales de comunicación.

21 Paradójicamente, el México de los noventa acusó recibo de modo importante de las reformas neoliberales, de modo tal que aún por entonces hubo

Conclusiones

Hasta aquí hemos intentado mostrar que los medios masivos de comunicación, sobre todo en su forma privada –que refiere en realidad a que beneficia a intereses privados privilegiados–, funcionan –más allá de los matices que podamos encontrar y que indican que no está ausente allí el conflicto– como sistema, y que como tales cumplen la función social de reforzamiento de normas y valores institucionales vigentes en la sociedad. Aquello que la sociología funcionalista estadounidense denominó –entrados los años cuarenta del siglo pasado– función de control social.

Esta función de control social desplegada por el sistema mass-mediático comercial, a nuestro parecer, pudo verificarse tanto en su desempeño en el período de los gobiernos neoliberales, como intentamos mostrar, latinoamericanos como además a la hora de dar cuenta de los hechos de protesta que signaron la región como forma de respuesta a las políticas neoliberales implementadas por esos mismos gobiernos. En este último caso, el control social se plasmó en la presencia de una discursividad estigmatizante del otro, del diferente, del que protesta cuestionando ese orden neoliberal hegemónico dominante. Sin embargo, vimos también que muchas veces estas estigmatizaciones, que buscaban criminalizar los hechos de protesta y a sus protagonistas, debieron ser modificadas o transformadas discursivamente a medida que los reclamos públicos que protagonizaban los manifestantes iban ganando adhesión en una opinión pública más general.

de producir cierta “reforma” política. Sin embargo, en la medida que esta fue precisamente una reforma neoliberal, es decir, no democrática, motivó no solamente fuertes reacciones de diferentes grupos sociales sino que engendró al mismo zapatismo como expresión crítica. Hoy día, esta modificación neoliberal en el “sistema” mediático en el marco de un “sistema político” y una “forma estado” atravesados fuertemente por el paramilitarismo y la disfuncionalidad parecen indicar que en un lapso de tiempo no muy lejano habrá cambios, que se espera sean en un sentido democratizador.

Esta función de control social fue al mismo tiempo desempeñada también en todos aquellos países donde –como en Argentina, Bolivia o Ecuador– fueron depuestos presidentes constitucionales que aplicaron recetas neoliberales, y se dio luego una salida constitucional de transición para convocar luego a elecciones.

También en estos casos, los medios masivos actuaron en estrecha relación –sobre todo– con el sistema político y el económico. Esto en la medida que si bien las movilizaciones habían sido críticas de los gobiernos neoliberales y en ciertos casos daban cuenta de las limitaciones del sistema político como sistema democrático representativo capaz de canalizar –incluso comunicativamente hablando– los reclamos; presentaban al mismo tiempo un grado de imprevisibilidad suficiente como para que se buscara –por parte de los políticos y de los empresarios, y de aquellos empresarios devenidos en políticos– garantizar cierta *institucionalidad*.

En algunos casos como a nuestro parecer es el de Argentina, esta labor de control desplegada por los medios masivos continuó con la llegada al gobierno de partidos políticos progresistas, en la medida que la presencia pública de movimientos sociales y protagonistas de la protesta todavía era importante y el gobierno no había conseguido todavía re-legitimarse (recordemos que en este caso, el entonces presidente Kirchner había asumido el gobierno con una votación en primera vuelta del 22%, ya que el candidato más votado en esa elección, Carlos Menem, no se presentó a la segunda vuelta) y estabilizar el funcionamiento del sistema político. Tal vez podamos pensar cierto paralelismo entre el caso argentino y el ecuatoriano, aunque en este último caso, la legitimidad que consiguió Rafael Correa en la elección fue importante.

Como indicamos previamente, bien diferente fue el caso del gobierno de Evo Morales, que desde los inicios varios de los más importantes medios, presentaron fuertes críticas, tanto hacia los actos de gobierno como a la figura presidencial en sí. Siguiendo la perspectiva planteada a lo largo del texto, podríamos indicar que esto parecería ser una respuesta a dos cuestiones; por un lado a la incorporación dentro de ese gobierno –por lo menos en una primera etapa– de representantes de diferentes movimientos sociales que supondrían una radicalización del proceso y no garantizarían

la estabilidad del sistema político, por el otro a esa característica de punto medio –o fiel de la balanza ideológica– que debían desempeñar los medios masivos y entonces este gobierno del Movimiento al Socialismo (MAS) estaría demasiado corrido a la izquierda como para permitir un funcionamiento estable del sistema político. La respuesta por parte del gobierno masista de Morales como es sabido fue en primer lugar la Reforma Constitucional y luego la sanción de una ley que regula el funcionamiento del sistema de medios masivos comerciales y la comunicación de masas en general.

El caso de la relación del sistema de medios masivos comerciales con el gobierno de Hugo Chávez en Venezuela, donde también hubo Reforma Constitucional y se sancionaron leyes regulatorias del funcionamiento de los medios masivos de comunicación, fue bastante similar a lo que describimos en torno a la Bolivia de Morales. No casualmente se trata de dos gobiernos donde la salida del neoliberalismo ha mostrado ribetes anti-neoliberales más radicalizados.

Sin embargo, caben mencionar algunas diferencias, ya que en el gobierno de Chávez no hubo tanta presencia de movimientos sociales, aunque sí de agrupaciones sociales de base con la suficiente conciencia política como para permitir a Chávez y al chavismo hablar de un socialismo del siglo XXI –así como permitieron que en el proceso boliviano se refiera a la construcción de un socialismo comunitario.²²

Ahora bien, en el resto de los países de la región cuyos gobiernos hoy son de signo progresista, no hubo caídas de presidentes producto del impacto del accionar público de movilizaciones sociales, sino más bien una llegada al gobierno a través de la vía

22 Tal vez otra diferencia pueda resultar de la extrema polarización social que vive hoy Venezuela. Sin embargo, no olvidemos que dicha polarización también se encuentra presente en el proceso boliviano, hoy en “suspense” a raíz del aplastante triunfo electoral de Morales y de la resolución parcial del problema de las autonomías regionales que amenazó seriamente con fragmentar esa nación a lo largo del año 2008 y que prosiguió tiempo después.

eleccionaria. Es el caso de Brasil, de Uruguay, en cierto modo de Chile (agregamos en cierto modo en la medida que varios autores discuten seriamente si podrían calificarse a los gobiernos de la llamada Concertación en Chile como progresistas), del Paraguay del año 2008 con la llegada de Fernando Lugo al gobierno (aunque como es sabido esta experiencia quedó frustrada a raíz de una poco usual y turbia maniobra política, de corte golpista), de El Salvador y de Nicaragua.

De todos estos casos, el más impactante e interesante por la envergadura que representa, es el de Brasil. Sobre todo porque al igual que en el caso de Chávez o Evo Morales, también en este caso los medios masivos más importantes (con la red *O Globo* a la cabeza) se mostraron críticos hacia la figura de Lula da Silva ya desde la campaña electoral que lo llevó al gobierno en 2003, y desde allí en adelante con sus dos gobiernos y luego con el de Dilma entre 2010 y 2014.

Lo que recién se explicó respecto del por qué de este comportamiento mediático frente a la figura y al gobierno comandado por Evo Morales en Bolivia, podría ser perfectamente aplicado al caso mencionado del gobierno de Lula en Brasil. Podríamos afirmar que este sistema de medios que actúa en consonancia con un sistema político como el brasileiro, ve como disfuncional un tipo de gobierno que se sitúe a la izquierda –y esto sería mucho decir para un sistema político como el de Brasil– del Gobierno de Fernando Henrique Cardoso, por mucho como lo más centrista y funcional que podría llegar a tolerar ese sistema político que actúa en consonancia con el sistema ultraconcentrado mediático masivo comercial y con el también muy concentrado sistema económico.

Ahora bien, en un momento con el que se encuentra hoy el capitalismo, donde se requiere de un tipo de intervencionismo estatal muy diferente de lo que podría observarse durante el período neoliberal, lo que supone la posibilidad de reformas tanto en el funcionamiento de los sistemas políticos como en los mediáticos; es de esperar un avance de manera más firme hacia un proceso de discusión de la concentración mediática. Aunque esto tal vez tenga que ver con el delicado equilibrio que parece estar presente al interior del sistema político, como además en su

vinculación con el sistema económico, donde también se desenvuelven las grandes empresas mediáticas.

En este nuevo momento del capitalismo, un tipo de política pública que todavía deja el funcionamiento del sistema de medios masivos comerciales librado únicamente al funcionamiento del mercado, no sólo parece ser un tipo de política poco democrática sino uno que no da cuenta de nuevas condiciones estructurales, tal vez posneoliberales, como sostuvimos previamente.

Este es el motivo por el que, si bien existe en América Latina una derecha política y cultural que siempre se hace presente e intenta articularse, no es posible aún la emergencia de una derecha política lo suficientemente lúcida como para interpretar las nuevas condiciones de funcionamiento del capitalismo y operar en consecuencia. Lo que no quiere decir que no haya en los distintos países fracciones lúcidas de la derecha política –tal vez observables en algún partido político socialdemócrata–.

Tal vez un buen síntoma de ello se encuentre representado en el nuevo comportamiento del sistema dominante de medios masivos comerciales respecto de los nuevos actos de protesta que se desarrollan en prácticamente toda América Latina. A diferencia de lo observado respecto de los medios masivos en los hechos de protesta críticos hacia el neoliberalismo, nos encontramos con que frente a estos nuevos tipos de acciones de protesta los medios no buscan estigmatizarlos ni institucionalizarlos, y ello en la medida que la ideología que comportan en sí son institucionalizadas y conservadoras, siendo que lo buscan promover e imponer es la moderación de las políticas que pudieran llevar adelante los gobiernos progresistas.

Es esto lo que sucede hoy día frente a las movilizaciones que se desarrollan en Argentina, Brasil, Venezuela, y que ocurrieron también algún tiempo atrás en Bolivia –sobre todo en las regiones conocidas como de la “Medialuna”.

Frente a ello, cabría preguntarse, y dadas las nuevas condiciones que –como intentamos mostrar– presenta el capitalismo (atravesado por fuertes crisis en todo el mundo), si los gobiernos progresistas en general de la región y algunos de ellos en particular, van a seguir manejándose en los límites de lo que establece la

relación entre los sistemas político, económico, mass-mediático, aún cuando es cierto que se han modificado ciertas relaciones de fuerza y que lo logrado no es poco; sólo defendiendo la sanción de políticas que buscan encuadrar a los sistemas mass-mediáticos comerciales, limitando la extensión de la propiedad oligopólica.

O si además se buscara avanzar en la posibilidad de promover públicamente nuevas prácticas comunicacionales provenientes de ámbitos diferentes de los delimitados por el propio funcionamiento del capitalismo. Si pensamos en términos de la existencia de hegemonías dominantes y en posibles acciones tendientes a construir contrahegemonía, deberíamos además iniciar nuevas búsquedas en términos teóricos que nos permitan un pensamiento y acciones que no solamente defiendan la necesidad de limitar la expansión monopólica de la propiedad de las empresas mediáticas comerciales. Sino que además nos permitan volver a pensar en términos de crítica ideológica, económica, política, social y cultural; esto es, en términos de la negación crítica de una totalidad. Y pasar de la economía política de la comunicación y cultura a la negación crítica de esas formas fetichizadas en las que se pensaron y muchas veces se siguen pensando los conceptos y las prácticas comunicacionales y culturales.

Bibliografía

- AAVV, *Políticas culturales en América Latina*, México, Grijalbo, 1987.
- Allievi, Carolina, Gambina, Alejandro, Gómez, Rodolfo, Pulleiro, Adrián, Ronconi, Micaela “La reconfiguración de la hegemonía cultural: significaciones en disputa en la esfera pública, los medios masivos de comunicación y el campo intelectual (2001-2007)” en Gambina, J, Rajland, B., Campione, D. (Comps.), *Hegemonía y proceso de acumulación capitalista en Latinoamérica hoy (2001-2007)*. *El caso argentino*, Buenos Aires, Ediciones Fisyp-rsl.
- Alsina, Miquel Rodrigo, *La construcción de la noticia*. Paidós, Barcelona, 1989.

- Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, Alianza, 1977.
- Bonnet, Alberto, *La hegemonía menemista. El neoconservadurismo en la Argentina*. Buenos Aires, Prometeo, 2011.
- Cambiasso, Norberto, Grieco y Bavio, Alfredo, *Días Felices. Los usos del orden de la Escuela de Chicago al funcionalismo*, Buenos Aires, Eudeba, 1999.
- Dagnino, Evelina (COMP.), *Sociedad Civil, Esfera pública y Democratización en América Latina: Brasil, México*. FCE-Universidad Estadual de Campinas, 2002.
- De Moraes, Denis, *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 2011.
- Freibrun, Nicolás, *La reinención de la democracia. Intelectuales e ideas políticas en la Argentina de los ochenta*. Buenos Aires, Imago Mundi, 2014.
- Friedman, Milton, *Capitalism and Freedom*. Chicago University Press, 1962.
- Fuentes Navarro, Raúl, *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México, FELAFACS, 1992.
- _____ *La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI*, Ponencia presentada en el Seminario internacional: Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. Pontificia Universidad Católica del Perú, FELAFACS, Lima, Perú, julio 20-22 de 1999.
- Giavedoni, Darío, “Los medios en Bolivia: mapa y legislación de los medios de comunicación” en Revista del CCC [en línea] N°9/10, mayo-diciembre 2010. Disponible en Internet: <http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/169/>.
- Gambina, Alejandro, Gómez, Rodolfo y Ronconi, Micaela, “El rol de los medios masivos de comunicación comerciales en el proceso de recomposición de la hegemonía dominante en la Argentina (2001-2003)”, Revista Anuario de Investigaciones, Volumen 1, Buenos Aires, FISYP-Fundación Rosa Luxemburg (Alemania), diciembre 2010-marzo 2011.

- Hall, Stuart, “La cultura, los medios de comunicación y el ‘efecto ideológico’”, en Curran, J., Gurevich, M. y Woollacott, J. (Eds.), *Sociedad y comunicación de masas*. México, FCE, 1981.
- Landi, Oscar, “Videopolítica y cultura”, en Revista Diálogos de la Comunicación N°29, Felafacs, Lima, 1991.
- Lasswell, Harold, “Estructura y función de la comunicación en la sociedad en de Moragas”, M., *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona 1986.
- Lazarsfeld, Paul y Merton, Robert, “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”, en de Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona 1986.
- Lipset, Seymour, *El Hombre Político: las Bases Sociales de la Política*. Madrid, Tecnos, 1987.
- Lukács, Georg, *Historia y Conciencia de clase*. Buenos Aires, Razón y Revolución, 2009.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michele, *Historia de las teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1998.
- Muraro, Heribert, “La publicidad política (y la política de la publicidad) en la Argentina”, en Revista Diálogos de la Comunicación, N°27, julio 1990.
- Nozick, Robert, *Anarquía, Estado y Utopía*. Buenos Aires, FCE, 1991.
- O’Donnell, Guillermo, *Reflexiones sobre las tendencias generales de cambio del Estado burocrático-autoritario*. Buenos Aires, CEDES/G.E.CLACSO, N°1, 1975.
- Sarlo, Beatriz, *Siete hipótesis sobre la videopolítica en Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*. Buenos Aires, Ariel, 1996.
- Sel, Susana, (Coord.), *Políticas de Comunicación en el capitalismo contemporáneo*. Buenos Aires, CLACSO, 2012.
- Svampa, Marisella, y Pandolfi, Claudio. “Las Vías de la Criminalización de la protesta en Argentina”, en Revista OSAL N° 14, Buenos Aires, CLACSO. Octubre de 2005.
- Torrico Villanueva, Erick, *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*, Buenos Aires, Norma, 2004.

_____ “La narrativa periodística desorganizadora: la prensa en la crisis de hegemonía de Bolivia”, Ponencia presentada en el XII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, septiembre de 2006.

Von Hayek, Friedrich, [1966] *Los principios de un orden social liberal*, Santiago de Chile, Centro de Estudios Públicos N°6, 1982, disponible en: http://www.cepchile.cl/1_962/doc/los_principios_de_un_orden_social_liberal.html#.VRt-K9I4oFh9.

Wright, Charles, “Análisis funcional y comunicación de masas” en de Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1986.

DIGA 33. RADIOGRAFÍA DE UN SECTOR CLAVE EN EL NUEVO PARADIGMA LEGAL LATINOAMERICANO

Por *Daniel Badenes*¹ y *Néstor Daniel González*²

En los últimos años, después de muchas décadas de congelamiento legal, des-regulaciones y frenos de las corporaciones económico-mediáticas a cualquier iniciativa que avanzara en pos de la democratización de la comunicación, varios estados latinoamericanos han sancionado nuevas leyes que reglamentan los servicios audiovisuales. El de Argentina fue un caso notable, no sólo porque la nueva norma dejó atrás un nefasto decreto de la dictadura cívico-militar que seguía vigente después de 29 años, sino además por el proceso que arribó a la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: un amplio consenso social generado durante años a partir de la Coalición por una Radiodifusión De-

1 Director de la Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Buenos Aires, Argentina.

2 Coordinador académico del Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Buenos Aires, Argentina.

mocrática, cuya propuesta fue recogida por el proyecto del Poder Ejecutivo; foros consultivos de carácter federal que introdujeron modificaciones significativas en el texto jurídico; y finalmente el voto de una amplia mayoría parlamentaria.

También produjeron transformaciones legales significativas Venezuela (Ley Orgánica de Telecomunicaciones en 2000 y Ley Responsabilidad Social en Radio y Televisión en 2004), Uruguay (primero con la ley de Radiodifusión Comunitaria en 2007, luego con una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en 2014, inspirada en la experiencia argentino), Bolivia (Ley General de Comunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, 2011) y Ecuador (Ley Orgánica de Comunicación, 2013); mientras que otros países también han intervenido con políticas públicas en el campo comunicacional, como Brasil con la creación de la Empresa Brasileira de Comunicaciones y la regulación del tv de pago, aunque sin llegar a una reforma de las leyes orgánicas o generales sobre la comunicación audiovisual.

Como desarrollan Ava Mariana Gómez y Juan Ramos Martín (2013), las nuevas políticas han rehabilitado la posibilidad de la presencia del Estado como interventor económico y garante del interés colectivo, reactivando los debates sobre la democratización de la comunicación. Y se puede afirmar que “durante la última década algunos gobiernos latinoamericanos se han interesado por definir, limitar y coadyuvar a los medios comunitarios”, lo cual “se ve reflejado por un singular despliegue normativo y legal al respecto”.

En una mirada de conjunto, un aspecto distintivo de las nuevas regulaciones es el pasaje que va de una concepción comercial o mercantilista sobre la radiodifusión, hacia la consideración de la comunicación como un derecho humano inalienable. En Argentina, por ejemplo, donde el viejo decreto de la dictadura establecía como requisito para ser radiodifusor el hecho de tener fines de lucro –frente a lo cual cualquier iniciativa de una organización social pudo ser considerada *trucha* o *ilegal*– (Badenes y González, 2014) se pasó a considerar al sector comunitario como un sector clave, con la reserva de una porción del espectro radioeléctrico para este tipo de prestadores, una representación específica en el Consejo

Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA), y el establecimiento de un Fondo de Fomento derivado a los propios ingresos generados a la Autoridad Federal.

La nueva perspectiva ha sido emblematicada con aquella reserva del “33% del espectro”, elogiada por referentes clave por el entonces Relator de la ONU para la Libertad de Expresión, Frank William La Rué, quien oportunamente consideró que la nueva ley argentina “sentó las bases para modificar la legislación de América Latina”. En efecto, la diferenciación de tipos de prestadores –sectores del Estado, privados comerciales, comunitarios, pueblos originarios– y la reserva de una porción del espectro –en torno al 33 o 34%– caracteriza ya a la legislación de cuatro países de la región: Uruguay, Argentina, Bolivia y Ecuador.

Esos casos nacionales son los que proponemos como objeto de análisis en este artículo. Nos preguntamos ¿cómo están compuestas esas nuevas ciudadanía establecidas por estas legislaciones emparentadas, sancionadas por gobiernos progresistas de la región? Como veremos, la definición del sector ha sido diversa y expresa las particularidades de cada país. Así, por ejemplo, en algunos casos los pueblos originarios están dentro de ese 33/34%, mientras que en otros están fuera. También ha habido debates sobre las definiciones del sector (*sin fines de lucro, comunitarios*) que expresan las dificultades de plasmación en la letra jurídica de categorías gestadas en el campo social o político. En este artículo nos proponemos analizar, entonces, los procesos continentales que llevaron a la idea del “33% comunitario”, revisar una extendida idea respecto de la “división del espectro en tres tercios” –que no es tal en todos los casos, sin que eso implica un *malentendido*– y especialmente indagar “de qué está hecho” ese 33% en cada país, entendiendo esa formación en relación al proceso social por el que cada país conquistó su nueva legislación. En primer lugar abordaremos en detalle el caso argentino, considerado paradigmático, pero luego pasar a un abordaje comparativo con los casos de Uruguay, Bolivia y Ecuador. En el recorrido inicial intentaremos dilucidar dónde surge la idea del “tercio comunitario” y las variaciones en torno a su definición, incluso al interior de un mismo caso nacional.

Los orígenes del planteo

En el tiempo posterior a la sanción de estas legislaciones, algunas lecturas interpretaron que la reserva del 33% recogía una serie de recomendaciones para la legislación en radiodifusión emitidas por la Unión Europea en 2007. Si bien esa y otras sugerencias como las que hicieron los relatores de la Libertad de Expresión en la ONU en la época aparecen como cita de autoridad en el proceso de fundamentación de la ley, en tanto interpretación del origen se trata de un equívoco.

En 2004, uno de los 21 puntos propuestos por la Coalición por una Radiodifusión Democrática en Argentina establecía: “Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. En estos casos tendrá que prevalecer como criterio de asignación de frecuencias el plan de servicios y la inserción de las entidades en su comunidad”. Vale recordar que el Poder Ejecutivo reconocería luego esos 21 puntos como principal inspiración para la elaboración del anteproyecto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA).

Antes aún, las redes de radios comunitarios y en particular FARCO –uno de los principales impulsores de la Coalición y de la ley– ya planteaban la necesidad de distinguir distintos tipos de prestadores y reservar un tercio del espectro para el sector comunitario.

En lo que refiere a la distinción de prestadores, el antecedente más remoto que hemos hallado es la ley de comunicación francesa sancionada en septiembre de 1986 (Ley 86-1067 o Ley Léotard), que diferenciaba el sector público, el privado comercial y el privado asociativo no comercial. Otro caso citado con frecuencia es el de Australia, que en su *Radiocommunications Act* de 1992 distingue los servicios de radiodifusión nacional (estatal), comercial y comunitaria, poniendo como un objetivo de la ley la necesidad de promover la diversidad de servicios.

En Argentina, hacia el cambio de siglo, el Foro Argentino de Radios Comunitarias –cuyos orígenes se remontan a 1989– presentó una serie de “propuestas para una nueva ley de radiodifusión”. El tercer punto del documento elaborado por FARCO proponía “la coexistencia de tres modelos de radiodifusión, de acuerdo

a las formas de propiedad de los adjudicatarios”. La tipología era construida así:

1. Sector estatal público: el Estado nacional, las provincias y Municipios.
2. Sector privado comercial: “personas físicas o jurídicas de cualquier tipo”.
3. Sector de propiedad social participada o comunitaria: organizaciones sociales, entidades sin fines de lucro, universidades e iglesias.

A continuación, FARCO planteaba: “A cada uno de los sectores o ‘modelos’ se le asignará una parte del espectro en cada banda. El estado tendrá asegurado un canal para cada nivel (nac., prov., muni.) y los otros sectores se dividirán garantizando que cada uno tenga al menos el 33% de las frecuencias en cada banda”.

Advertimos aquí una primera enunciación del “33”, en un escrito que antecede por casi una década a la sanción de la ley audiovisual. Vale destacar que la propuesta tuvo cierta circulación y publicidad: en 2001, se plasmó en las páginas del libro *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*, editado por la Asociación Latinoamericana del Educación Radiofónica (ALER).

La propuesta de reservar el 33% del espectro –ya no a cada sector sino al sin fines de lucro– reaparece en los 21 puntos de la Coalición por una Radiodifusión Democrática, una gran alianza en la que confluyeron a organizaciones de medios comunitarios –entre las cuales estaba FARCO–, centrales sindicales y las federaciones de gremios de prensa, organismos de derechos humanos, universidades y las redes de carreras de comunicación, organizaciones territoriales, asociaciones de medios universitarios y cooperativos, entre otros sectores. La propuesta fue presentada en agosto de 2004, cinco años antes del envío de la ley al Congreso. Ni siquiera se había aprobado aún la ley modificatoria que eliminó la restricción tajante que regía sobre los medios sin fines de lucro.

En los años que separan la propuesta de los 21 puntos de su concreción en la Ley N° 26.522 se produjeron distintas recomendaciones en ámbitos internacionales. En 2007, en Amsterdam, la reunión de los Relatores de Libertad de Expresión³ elaboró una Declaración Conjunta sobre la Diversidad en la Radiodifusión donde se planteó: “Los diferentes tipos de medios de comunicación –comerciales, de servicios públicos y comunitarios– deben ser capaces de operar en, y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles. Las medidas específicas para promover la diversidad pueden incluir el reservar frecuencias adecuadas para diferentes tipos de medios, contar con must-carry rules (sobre el deber de transmisión), requerir que tanto las tecnologías de distribución como las de recepción sean complementarias y/o interoperables, inclusive a través de las fronteras nacionales, y proveer acceso no discriminatorio a servicios de ayuda, tales como guías de programación electrónica”. Ya en este año, Uruguay sancionó su Ley de Radiodifusión Comunitaria que, como veremos más adelante, establece que debe reservarse a ese sector “al menos un tercio del espectro radioeléctrico” en las distintas localidades.

Poco más tarde, en la Declaración de Maputo (mayo de 2008), la UNESCO destacó “la contribución específica a la diversidad de los medios de comunicación que aporta cada categoría de emisoras de radio-televisión –de servicio público, comerciales y comunitarias– y, en particular, la función de las emisoras comunitarias que fomentan el acceso a la información de los grupos de población insuficientemente representados o marginados, la expresión de sus ideas y la participación en la adopción de decisiones” y pidió a sus Estados miembros que “creen un entorno

3 Participaron: el Relator Especial de Naciones Unidas sobre Libertad de Opinión y de Expresión, el Representante de la OSCE sobre Libertad de los Medios de Comunicación, el Relator Especial de la OEA sobre Libertad de Expresión y la Relatora Especial de la CADHP (Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos) sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información.

que promueva el desarrollo de las tres categorías de emisoras de radiotelevisión y, en particular, mejoren las condiciones para el desarrollo de los medios de comunicación comunitarios y la participación de las mujeres en dichos medios”.

Finalmente, el Parlamento de la Unión Europea aprobó en Bruselas el 25 de septiembre de 2008 una serie de recomendaciones sobre el Tercer Sector de la Comunicación (TSC), que consta de 23 puntos. En las consideraciones iniciales destaca que se trata los TSC de “organizaciones sin ánimo de lucro” que tienen una “responsabilidad ante la comunidad” y “son importantes instrumentos para capacitar a los ciudadanos y alentarles a participar activamente en la sociedad civil; que enriquecen el debate social y representan un instrumento de pluralismo interno de ideas” frente a “la concentración de la propiedad [que] representa una amenaza”. La terminología no es extraña al contexto europeo. Como señala Saéz Baeza (2008), “no debe olvidarse que el concepto de Tercer Sector en general, está vinculado con la institucionalización de los movimientos sociales (ONGs por ejemplo), y el desarrollo de toda una economía social que ha fructificado a escala europea a causa del declive del Estado de Bienestar” (citada en Vinelli, 2014).

La resolución de la UE sobre los medios del tercer sector “recomienda a los Estados miembros que den reconocimiento legal a los medios del TSC como grupo definido, junto a los medios de comunicación comerciales y públicos, cuando no exista este reconocimiento legal, sin que ello vaya en detrimento de los medios de comunicación tradicionales” y pide que “pongan a disposición el espectro de frecuencias, analógica y digital, de radio y televisión, teniendo en cuenta que el servicio prestado por los medios del TSC no se ha de evaluar en términos de coste de oportunidad o justificación del coste de adjudicación del espectro, sino por el valor social que representa”.

Seis meses más tarde, en Argentina, la presidenta Cristina Fernández presentó el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, inaugurando un amplio debate social. Como resalta Mariana Baranchuk, desde ese 18 de marzo y “hasta fines de julio de 2009 se realizaron 24 foros, los cuales tuvieron

como sedes, mayoritariamente, las universidades públicas del país. En estos foros se evaluó la propuesta oficial recogiendo críticas y aportes para modificar el proyecto. Por otra parte, en la Web del Organismo se abrió un mail para que cualquier ciudadano a título personal o en representación de un colectivo más amplio, enviara sus sugerencias. Al finalizar este período se contó con más de 1200 aportantes (ya que cada uno de ellos propuso más de una modificación), se sistematizaron todas las propuestas, se evaluaron cada una de ellas y se procedió a la reescritura del proyecto para su ingreso al Parlamento”. Este proceso de debate –que se plasmó en el texto de la propuesta, con anotaciones al pie– tuvo consecuencias significativas, entre las que cabe destacar la inclusión de un capítulo completo dedicado a los medios de comunicación de pueblos originarios. La comunicación indígena no estaba contemplada en el proyecto original. Para la identificación específica de este sector, reconociendo su preexistencia al Estado-nación e incorporándolo como parte del sector público no estatal, tuvo una gran influencia el Foro Participativo de Consulta Pública realizado en Neuquén en mayo de 2009. Allí se acercó la “Propuesta de inclusión del derecho a la comunicación con identidad de organizaciones de los pueblos originarios en el anteproyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual”, consensuado por una serie de organizaciones del sector⁴.

4 Organización de comunidades aborígenes de Santa Fe (OCASTAFE), Consejo de Caciques de la Nación Mbya-Guaraní, Asamblea Pueblo Guaraní-APG, Federación del Pueblo Pilagá, Pueblo Kolla de la Puna Dpto. Yavi, Inter-Toba, Consejo de la Nación Tonokote Llutqui, Kereimba Iyambae, Unión de los Pueblos de la Nación Diaguita – UPND, Confederación Mapuce de Neuquén, ONPIA, Coordinadora del Parlamento Mapuche Río Negro, Mesa de Organización de Pueblos Originarios de Alte. Brown, Org, Malal Pincheira de Mendoza, Comunidad Huarpe Guentota, Organización Territorial Mapuche-Tehuelche de Pueblos Originarios de Santa Cruz, Organización Ranquel Mapuche de La Pampa, Quillamarka, Organización 12 de octubre Yofis Wichi, Consejo de Caciques Wichi de la Ruta 86, Coordinadora Audiovisual Indígena Argentina, Consejo Moqoit del Chaco y Organización Indígena Napalpi.

El 27 de agosto –cuando se cumplían cinco años de la presentación en sociedad de la Coalición por una Radiodifusión Democrática–, el Poder Ejecutivo envió el proyecto al Congreso, adonde se trasladó el debate. Finalmente, el 10 de octubre se aprobó por amplia mayoría la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Entre las múltiples consideraciones que acompañan en el texto jurídico, se puede leer que la nueva regulación “permitirá la concreción de la obtención de su calidad de legitimados como actores de la vida de la comunicación social como licenciarios y permisionarios a personas sin fines de lucro que históricamente fueron excluidas como los cultos religiosos, las sociedades de fomento, las mutuales, las asociaciones civiles, los sindicatos y otros participantes de la vida cultural argentina”.

En síntesis, el texto definitivo de la ley habla de *tres tipos de prestadores*: “de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro” (Artículo 21). Los titulares pueden ser personas de derecho público estatal y no estatal; o personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro. Las extensas anotaciones al pie sobre el artículo reconocen las “múltiples e históricas demandas” en este plano ya que la legislación previa violaba los estándares de la libertad de expresión, al excluir a los sectores sin fines de lucro, situación recién reparada por una ley modificatoria del decreto de la dictadura (26.053) en 2005.

Más adelante, el Artículo 89° de la Ley habla de las “reservas en la administración del espectro radioeléctrico” que deberían plasmarse en el *Plan Técnico de Frecuencias* que debe realizar la Autoridad Federal. Se establecen distintos tipos de reservas: algunas son puntuales y casi nominales (ejemplo: una AM, una FM y una televisión abierta para cada Estado provincial) y otras porcentuales. Las que corresponden al sector público estatal (incisos a, b, c y d), incluidas las universidades nacionales, son del primer tipo. Mientras que para los actores que enfocamos en este artículo, se dan ambos casos. Por un lado, se reserva “una (1) frecuencia de AM, una (1) frecuencia de FM y una (1) frecuencia de televisión para los Pueblos Originarios en las localidades donde cada pueblo esté asentado” (inciso e) y, finalmente, aparece la famosa

reserva del “treinta y tres por ciento (33%) de las localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro” (inciso f). El mismo articulado establece que “la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual destinará las frecuencias recuperadas por extinción, caducidad de licencia o autorización, o por reasignación de bandas por migración de estándar tecnológico, a la satisfacción de las reservas enunciadas en el presente artículo, especialmente las contempladas en los incisos e) y f)”.

Redefiniciones sobre los tres sectores en Argentina

Como puede advertirse en el desarrollo anterior, ni siquiera en el proceso argentino “el 33%” fue siempre el mismo 33%, ya que la distinción de los tres tipos de prestadores fue variando en las sucesivas formulaciones. En la década que va de la primera propuesta de FARCO a la sanción de la ley, podemos identificar al menos cuatro estadios:

Actores / Propuesta	FARCO	Coalición	Anteproyecto	Ley Nº 22.285
Estado (nacional, provincias, municipios)	Sector estatal público: el estado nacional, las provincias y municipios	Prestadores públicos o estatales	Prestadores de gestión estatal	Prestadores de gestión estatal (Personas de existencia ideal de derecho público estatal, artículo 37)
Universidades Nacionales	Sector de propiedad social participada o comunitaria:	Prestadores comunitarios de organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro ⁵	Prestadores de gestión privada sin fines de lucro	Prestadores de gestión privada sin fines de lucro
Iglesia católica	organizaciones sociales, entidades sin fines de lucro, universidades e iglesias			
Pueblos originarios				
Otros cultos (no Iglesia católica)				
Asociaciones civiles, fundaciones, mutuales, cooperativas, sindicatos				
Empresas comerciales	Sector privado comercial	Prestadores comerciales	Prestadores de gestión privada con fines de lucro	Prestadores privados de carácter comercial o prestadores con fines de lucro

5 En el caso de esta propuesta, no se detalla cuál es el lugar de cultos y los pueblos originarios, pero se sobreentiende que pertenecerían a este sector ya que el público está pensando en una clave “estatal” (lo que el manifiesto aclara es que los medios estatales no deben ser “gubernamentales”).

En el cuadro anterior vemos claramente como, mientras el sector comercial con fines de lucro permaneció invariable, las fronteras de lo público y lo comunitario fueron reconfigurándose. Esta variación no se produjo a partir de una definición de qué incluye el sector comunitario (definido en términos legales como *sin fines de lucro*) sino más bien en torno a los alcances del sector público. La primera enunciación planteaba lo público prácticamente asociado a las esferas de gobierno (nacional, provincial y municipal). Ya con la Coalición –donde confluyeron de hecho universidades, asociaciones de carreras como la REDCOM y particularmente medios universitarios– se reconoce a las Universidades como parte del sector público. Vale recordar que entre los 21 puntos había también consideraciones acerca de qué debía ser un medio público (sintetizadas en la idea de lo *público no gubernamental*).

Los siguientes corrimientos se generaron propiamente desde un campo jurídico, cuando la propuesta se fue plasmando en un texto legal. Desde un análisis político de ese proceso, podría decirse que la definición abarcativa a la que arriba la ley se basa en una ampliación de lo público *por derecha* y otra *por izquierda*.

Con la primera referimos a la no laicidad del Estado argentino, carácter que puede leerse en su propia Constitución y también en el Código Civil, de donde proviene la consideración de la Iglesia católica –y no de los demás cultos religiosos– como *persona jurídica pública*. En ese sentido, cabría señalar que una reforma de dicho Código, como la que se produjo en 2014, podría haber implicado en la práctica una reforma en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. No obstante, el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación mantuvo el *privilegio* que la institución católica había obtenido en 1968. Como explica Fortunaco Mallimaci (2014), en ese momento histórico, la dictadura de Onganía define “que la única institución religiosa que, sin tapujos, es considerada de derecho público es la Iglesia Católica y al mismo tiempo elimina la cláusula 5 del Código de Vélez Sarsfield, donde se nombraban –entre otros– grupos y organizaciones religiosas (no católicas). Esos grupos son invisibilizados. La única institución religiosa ‘verdadera’ que distribuye el bien común y defiende la ‘patria’ es ahora sólo la Iglesia Católica”. En ese sentido, una de las críticas

no atendidas sobre el nuevo Código, planteada por organismos como el Centro de Estudios Legales y Sociales (CELS), fue que “la propuesta de reforma mantiene el privilegio a la Iglesia Católica como persona jurídica pública”.

La otra ampliación del sector público, por el contrario, implica una concepción de avanzada en torno a los pueblos originarios, que reconoce su pre-existencia al Estado-nacional y por lo tanto busca no reducir a las comunidades a meras asociaciones civiles o mutuales propias del derecho liberal.

Ahora bien, lo que queremos destacar es que en esas sucesivas revisiones de las fronteras de lo público y lo comunitario, fueron variando qué ciudadanía estaban comprendidas en el famoso 33%. En la ley aprobada el sector *comunitario* al que corresponde esa reserva de licencias es mucho más acotado que en la formulación inicial. Esto no implica que los sectores excluidos fueran perjudicados: por el contrario, como actores públicos no estatales, tanto la Iglesia católica como los pueblos originarios tienen derecho a obtener *autorizaciones*, por adjudicación directa, sin necesidad de concursar y sin límite de tiempo⁶. A su modo, también tienen una reserva del espectro, que no es proporcional al tamaño del espectro sino en términos unitarios.

6 La aplicación de este principio –dentro de la legalidad establecida por la LSCA– ya generó fuertes críticas por izquierda, sobre todo a partir de las resolución 240/2015 de AFSCA, que otorgó a la Iglesia autorizaciones para canales de TV abierta en Bahía Blanca, Junín, Mar del Plata, Tandil, Catamarca, Presidencia Roque Sáenz Peña, Corrientes, Rosario, Villa María, San Rafael, San Juan y Rawson. Según se informó, los canales asignados serían en principio retransmisores de la señal de Orbe 21, el canal fundado por Jorge Bergoglio cuando era arzobispo de Buenos Aires. Como advirtió el portal La izquierda a diario, con la aplicación del mismo criterio que se utiliza para las señales del Estado “la Iglesia puede superar el límite de diez canales de televisión y el 35% de cobertura en todo el país que rige para otros operadores” (en <http://www.laizquierdadiario.com/Sabbatella-le-regalo-veinte-canales-de-TV-a-la-Iglesia-Catolica>, recuperado en mayo de 2015).

La idea de los “tres tercios”

Por otra parte, cabe recordar que en la primera propuesta, el reconocimiento de tres sectores o modelos imaginaba la garantía de un porcentaje del espectro para cada uno. Es decir, se planteaba un 33% de las frecuencias para cada sector –o por lo menos también para el privado comercial–. Sin embargo, ya en la propuesta de la Coalición se hablaba de un 33% reservado al sector sin fines de lucro, no así a los restantes.

En esas diversas formulaciones del tema en una década de debate político sobre el tema puede identificarse el origen de la idea de que la ley argentina de Servicios de Comunicación Audiovisual reserva un 33% del espectro a cada sector; es decir, un tercio para los comunitarios, un tercio para los comerciales y un tercio para los públicos. Y esto no sería precisamente un *malentendido* si pensamos que la idea está presente en el proceso que conduce a la ley. Así, el mensaje oficial de la presidenta Cristina Fernández de Kirchner al elevar el proyecto al Poder Legislativo en agosto de 2009 volvía a plantearla: “El campo de los medios audiovisuales que hoy mayoritariamente es de carácter comercial y solamente hay un pequeño espacio para el sector cooperativo, para el sector de las ONG –planteaba la titular del Poder Ejecutivo en el mensaje–, va a cambiar en forma estructural, porque un tercio será para el espacio comercial, un tercio para el espacio público y un tercio para las organizaciones no gubernamentales”⁷. El planteo de los tres tercios también fue reproducido en declaraciones públicas del entonces relator de Naciones Unidas para la Libertad de Expresión, Frank La Rue, como uno de los aportes novedosos del proyecto.

7 Versión textual del discurso de Cristina Fernández de Kirchner al enviar el Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual al Congreso Nacional, 27 de agosto de 2009.

Por otra parte, las propias notas a pie sugieren que también se había contemplado una reserva del espectro para el sector con fines del lucro. En las anotaciones sobre el artículo 89 se explica que “las previsiones vinculadas a la reserva de espectro radioeléctrico se apoyan en la necesidad de la existencia de las tres franjas de operadores de servicios, de conformidad a las recomendaciones de la Relatoría de Libertad de Expresión ya planteadas con anterioridad. Por ello, se preserva un porcentaje para las entidades sin fines de lucro que admita su desarrollo, al igual que para el sector comercial privado. En los supuestos destinados al conjunto de medios operados por el Estado en cualquiera de sus jurisdicciones, se procura su reconocimiento como actor complementario y no subsidiario del conjunto de los servicios de comunicación audiovisual”.

En otras leyes que sucedieron a la argentina, y que la tomaron como referencia, efectivamente encontraremos una asignación de porcentajes del espectro también para el Estado y el sector privado-comercial. Como veremos más adelante, en Bolivia y Ecuador cada uno tiene su 33.

Marcas del mapa latinoamericano

Uruguay

En la cercanía de Uruguay con Argentina, gran parte de las condiciones políticas, sociales o económicas argentinas suelen tener repercusiones el país vecino. Y en materia de medios no es la excepción. Así lo demuestra la influencia del principal grupo económico argentino, *Clarín*, que no sólo influye sobre la agenda política y mediática del país, sino también mediante la propiedad del sistema de cableado televisivo y principalmente desde la importación de contenidos no sólo para la tv sino también para la radio. No obstante, también existe una elite económica local distribuida en tres oligopolios principales, protagonista de la propiedad de los más importantes e influyentes medios del país: los grupos Scheck, Romay Salvo y Fontaina-De Feo.

Durante muchas décadas, la política pública en materia de comunicación estuvo promovida en función de los intereses de las principales elites. Y de la misma manera que se desarrollaron en el resto de los países de América Latina, los medios alternativos y populares también buscaron contener las necesidades expresivas de los sectores sociales que no estaban presentes en los medios hegemónicos. Desde fines de los años ochenta emergieron radios de baja potencia y sin permisos de funcionamiento o reconocimiento, perseguidos con la confiscación de equipos, pero pujando por existir y amparados en los debates contemporáneos de derechos de acceso a la información.

La legislación vigente, realizada en el contexto de la dictadura, sólo reconocía la existencia de *entidades públicas o privadas* y mecanismos de adjudicación lejanos de los criterios democráticos. A partir de la llegada del Frente Amplio de Tabaré Vazquez (2005) al gobierno del país, y con espíritu de democratizar las políticas de comunicación, pero sobre todo a partir de organizaciones de la sociedad civil y la academia que elaboraron un proyecto de ley sobre radiodifusión comunitaria, se logró el tratamiento parlamentario. Es por ello que en noviembre de 2007 se sancionó la Ley de Radiodifusión Comunitaria, apuntando a legislar explícitamente al sector.

En principio, el articulado plantea que “el espectro radioeléctrico es un patrimonio común de la humanidad sujeto a administración de los Estados y, por tanto, el acceso equitativo a las frecuencias de toda la sociedad uruguaya constituye un principio general de su administración”. Con ese fin, se legisla en base a los objetivos de promoción de la pluralidad y diversidad y la transparencia en los procedimientos y condiciones de otorgamiento de las asignaciones de frecuencias.

La ley de 2005 entiende “por servicio de radiodifusión comunitaria el servicio de radiodifusión no estatal de interés público, prestado por asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica o por aquellos grupos de personas organizadas que no persigan fines de lucro y orientado a satisfacer las necesidades de comunicación social y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y a la libertad de expresión de los habitantes de la

República” (Artículo 2). Esta definición es clara para el caso de las asociaciones civiles, aunque extremadamente amplia cuando se refiere a “grupos de personas organizadas que no persigan fin de lucro”. Establece función y responsabilidad en la elaboración de su programación que deberá ser preferentemente de producción propia y nacional y que incluya espacios de producción independiente, preferentemente la realizada por grupos sociales o personas que habiten el área de alcance de la emisora.

Para garantizar el derecho de este sector, el Poder Ejecutivo, reservará para la prestación del servicio de radiodifusión comunitaria “al menos un tercio del espectro radioeléctrico” por cada localidad en todas las bandas de frecuencia de uso analógico y digital y para todas las modalidades de emisión (Artículo 9).

Asimismo, la ley establece que los titulares del servicio de radiodifusión comunitaria y sus directores, administradores, gerentes o personal en quien se delegue la autoridad no podrán ser beneficiarios ni adjudicatarios de participar de más de una frecuencia por banda de radiodifusión para el servicio de radiodifusión comunitaria. Dichas personas tampoco podrán ser titulares o parientes de titulares de otros medios de radiodifusión no comunitarios. Sin embargo, la ley contempla criterios de sustentabilidad económica, independencia y desarrollo, a cuyos efectos podrán obtener recursos y bajo ningún punto de vista los titulares de frecuencias podrán ceder, vender, arrendar o transferir a terceros los derechos de la asignación.

Por otro lado, y como una novedad en este tipo de legislación dentro de la reserva de espectro existe la posibilidad de acceder a una licencia de manera compartida por iniciativas con carácter comunitario. Es decir, el uso de estos espacios compartidos en la programación o gestión del medio, “en el caso de las propuestas provenientes de instituciones educativas de carácter universitario o iniciativas sociales que no pudieran hacer uso completo de una frecuencia”. Es decir, el articulado referido a las licencias compartidas, incluye al sector universitario como un actor no antes mencionado.

Desde la sanción de dicha ley, más de ochenta radios comunitarias funcionan en el país con autorización estatal. Tiempo más

tarde, ya con la ley argentina y otras en la región como ejemplo y con el objetivo de promover el pluralismo y la diversidad, el gobierno del Frente Amplio logró en 2014 sancionar su propia Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con la que buscó –establecer la regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual– con criterios de –pluralismo, diversidad e interés público–. La ley plantea el objetivo de controlar la creciente concentración monopólica y para ello se fijan toques a la propiedad o administración en la cantidad de licencias. Lógicamente, el principal objeto de la ley en este plano es la regulación del sector privado con fines de lucro. Por otra parte, la ley incluye altas cuotas de producción nacional, con el objetivo de amparar a las elites nacionales de las amenazas de los poderosos grupos extranjeros como *O Globo*, *Televisa* o *Clarín*.

La norma también establece los objetivos y sistema de gestión pública de los medios estatales. Sobre los medios comunitarios, la ley remite directamente a –los requisitos, procedimientos, criterios y límites establecidos en la Ley N° 18.232–, lo que implica que las garantías al sector están amparadas por la norma que ya se había sancionado en 2007.

Bolivia

La transformación legal en Bolivia se dio en el marco del gobierno de Evo Morales Ayma, iniciado en 2006. Si bien se plasma centralmente en Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación (2011), se puede decir que la misma había sido prevista y anticipada por la reforma constitucional de 2009. La Nueva Constitución Política del Estado incluyó un capítulo sobre comunicación social donde se establece, entre otras cuestiones, que “los medios de comunicación social no podrán conformar de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios” y que “el Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades”. Por otra parte, en parte dedicada a las naciones y pueblos indígena originario campesinos se enuncia al derecho

“a crear y administrar sistemas, medios y redes de comunicación propios”. Este tipo de proposiciones plantearon un escenario de confrontación y resistencia con el sistema de medios constituido durante décadas, caracterizado como en casi toda América latina por su “alta concentración en base a monopolios de la información y escasa presencia de medios públicos”, muy en especial a partir del ajuste estructural y el ascenso del neoliberalismo desde mediados de los ochenta (Giavedoni, 2010).

En los años noventa las cadenas mediáticas existentes en Bolivia se consolidaron y se formaron “otras que incluían diarios, revistas, radios, telefonía, y empresas de otros rubros”. Este proceso incluyó la extranjerización del capital de varios grupos. En ese entonces, para obtener una licencia para transmitir por radio o televisión se debía participar de una subasta pública: la asignación de frecuencias se realizaba al mejor postor, que por supuesto sería siempre una empresa comercial. Van Oeyen (2002) caracteriza al período con el concepto de “liberalización de los medios”.

En ese escenario se planteó la reforma de la norma que abarca tanto las telecomunicaciones como la radio y la televisión. En los primeros bocetos o en los trascendidos sobre la escritura se la ley, se habló de que el gobierno nacional proponía repartir las frecuencias en un 80% para empresas privadas y 20% para el Estado. Eso motivó reuniones con distintas asociaciones de radios comunitarias, que reclamaron la inclusión del sector en la nueva Ley de Telecomunicaciones, ya que hasta el momento –como sucedía en la mayoría de los países bajo el viejo paradigma– no estaban reconocidos institucionalmente. Según Gómez y Ramos Martín (2013) el documento final presentado por la mayoría oficialista del MAS y aprobado el 8 de agosto de 2011, tuvo en cuenta “algunas de las propuestas de gremios periodísticos, medios, cooperativas, académicos y organizaciones sociales”.

Finalmente, la nueva ley –que define al espectro electromagnético y radioeléctrico como recursos naturales estratégicos, en línea con la Constitución Política– distribuye porciones del espectro según tres tipos de prestadores (Artículo 10). El sector comunitario entendido en un sentido amplio suma el 34%, mientras que el Estado y el sector comercial tienen un 33% por cierto cada

uno. La definición del sector que nos interesa, sin embargo, es más compleja: aquel 34% es la suma de dos sectores a los que se adjudica el 17%. Por un lado está el sector “social comunitario”. Por otro, el conjunto de “pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas”. Nuestra asociación del 17+17 no es antojadiza: muchos artículos de la ley unen ambos sectores, planteando para ambos condiciones o beneficios similares en distintos aspectos. En ambos casos, por ejemplo, las frecuencias se asignan por concurso de proyectos y tributan tasas del 0,5% de sus ingresos brutos.

Vale mencionar que si bien la legislación anterior, de corte neoliberal, no tenía en cuenta los actores sociales y comunitarios, un Decreto Supremo de 2004 había establecido por primera vez la noción de *radiodifusión comunitaria*, comprendiendo los servicios “dirigidos y llevados a cabo por comunidades organizadas (campesinas, indígenas, pueblos originarios), o a través de iniciativas privadas que cuenten con respaldo local representativo de dichas comunidades” (Aguirre, 2007). Esta figura, que evitaba a estas emisoras encuadrarse bajo el mote de privadas, derivó en el otorgamiento de las primeras 17 frecuencias legales a emisoras comunitarias. No obstante, el decreto necesitaba de la reglamentación específica, que no fue emitida en los plazos fijados. En diciembre de 2005, en lugar de redactar un reglamento específico, se reformuló y reescribió el propio decreto, bajo el título de “Reglamento de Simplificación de Trámite de Obtención de Licencia para el Funcionamiento de la Radiodifusión Comunitaria” (Gómez y Ramos Martín, 2013). Se trata una pieza legal excepcional, ya que establece la intervención de una asociación del sector –la Asociación Mundial de Radios Comunitarias-AMARC Bolivia– en la gestión del registro de emisoras o televisoras comunitarias (Aguirre, 2007).

El cambio de gobierno de 2006 dio inicialmente un paso atrás en relación a este decreto, ya que el nuevo reglamento restringió el concepto de radiodifusión comunitaria a las áreas rurales del país. Pero como ya anticipamos, la situación de revirtió a partir de la ley de 2011, que reconoce y reserva una porción del espectro a los pueblos indígena originario campesinos y las comunidades interculturales y afrobolivianas y al sector social comunitario.

Dicha ley fue reglamentada el 4 de octubre de 2012 mediante el Decreto Supremo 1391 (Reglamento General a la Ley de Telecomunicaciones). Este documento echa más luz sobre los actores contemplados en cada uno de los sectores definidos por la ley. Por ejemplo, lo que en la Ley se definía escuetamente como el Estado aquí son “aquellas entidades y empresas del nivel central del Estado, las Entidades Territoriales Autónomas en el marco de la normativa aplicable vigente, y las universidades públicas, que tengan por finalidad proveer servicios de radiodifusión”. En lo que refiere a las dos patas del sector que enfocamos en este artículo, el Reglamento General define:

- Social Comunitario: “A las personas naturales, organizaciones sociales, cooperativas y asociaciones, cuya función sea educativa, participativa, social, representativa de su comunidad y su diversidad cultural, que promueva sus valores e intereses específicos, que no persigan fines de lucro y los servicios de radiodifusión sean accesibles a la comunidad.
- Pueblos Indígena Originario Campesinos (PIOC) y Comunidades Interculturales y Afrobolivianas (CIYA): “Aquellas organizaciones de estos pueblos y comunidades que prestan servicios de radiodifusión accesibles a la comunidad y sin fines de lucro, que tienen usos y costumbres, idioma, tradición histórica, territorialidad y cosmovisión, representativas de sus pueblos que velan por la revalorización de su identidad, su cultura y su educación”.

Asimismo, el Artículo 19/2 define el orden en que se asignarán las frecuencias: primero, operadores estatales; segundo, los PIOC y CIYA; tercero, los sociales comunitarios, y cuarto, los prestadores comerciales.

Por último, un aspecto que nos interesa resaltar en este sintético panorama es que ni la ley ni el decreto hacen referencias a las iglesias, que según la ley vigente sobre personalidades jurídicas

(351/2013) son consideradas como “organizaciones religiosas y espirituales” cuyo reconocimiento se tramite ante el Ministerio de Relaciones Exteriores. Esto implicaría un vacío legal significativo, ya que la Iglesia católica tuvo históricamente una fuerte presencia en el ámbito de los medios de comunicación en Bolivia, desde la fundación de radio *Fides* en 1929. Como advierte Giavedoni (2010), “hasta la última presidencia de Víctor Paz Estensoro en 1985, la mayoría de las industrias de comunicación estaban en manos de la iglesia católica y de algunas familias con tradición en la prensa gráfica nacional” y en la actualidad, tras el proceso de concentración y extranjerización de los medios privados, aquella institución religiosa “sigue teniendo el mismo peso en los medios nacionales, pues posee una red más variada, extensa y goza de más credibilidad en el país que cualquier otra trasnacional”.

Ecuador

“Los negocios de los medios de comunicación en mi país son propiedad de una docena de familias. Hasta que lo denunciamos, el principal diario nacional, *El Universo*, pertenecía a empresas fantasmas en las Islas Caimán. Cuando llegamos al gobierno en el 2007, 5 de los 7 canales de televisión eran propiedad de banqueros. Es decir, los negocios de la comunicación se encontraban vinculados a otros intereses empresariales. De hecho, la lógica era tener un emporio económico y luego comprar los medios de comunicación, no para informar, sino para defender el emporio económico”. Con esa descripción, el presidente ecuatoriano Rafael Correa inició su discurso al recibir el Premio Rodolfo Walsh de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata en su calidad de Presidente Latinoamericano por la Comunicación Popular.

Sin dudas, entre las transformaciones llevadas adelante por Correa en Ecuador se encuentra la sanción de la Ley Orgánica de Comunicación de 2013 que derogó la ley promulgada en 1975 durante la dictadura militar en el país. La Ley aprobada por la Asamblea Nacional y promulgada por Correa establece que las

frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de radio y televisión serán distribuidas equitativamente en 33 por ciento para medios públicos, 33 por ciento para medios privados y 34 por ciento para medios comunitarios. También prohíbe que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias o señales para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión.

Pero si algo interpreta el respaldo popular, y en particular de los sectores que reclamaban la democratización de la comunicación, es la proclamación del derecho a la comunicación intercultural y plurinacional: “Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes”. Como pocas normas, la ley no sólo postula la comunicación como un derecho humano, sino como garante de la multiculturalidad y plurinacionalidad.

Como dijimos antes, la ley habla explícitamente de una “distribución equitativa” de las frecuencias del espectro radioeléctrico en “tres partes”, a partir del reconocimiento de *tipo de medios de comunicación* (artículo 70): medios públicos (33%), medios privados (33%) y medios comunitarios (34%). Se establece que esta distribución “se alcanzará de forma progresiva”, mediante distintos mecanismos: 1) La asignación de las frecuencias todavía disponibles; 2) La reversión de frecuencias obtenidas ilegalmente, y su posterior redistribución; 3) La reversión de frecuencias por incumplimiento de las normas técnicas, jurídicas para su funcionamiento o fines para los que les fueron concesionadas, y su posterior redistribución; 4) La distribución de frecuencias que regresan al Estado conforme a lo dispuesto por la ley; y, 5) La distribución equitativa de frecuencias y señales que permitirá la digitalización de los sistemas de transmisión de radio y televisión. En todos los casos, según el texto de la ley, “la distribución de frecuencias priorizará al sector comunitario hasta lograr la distribución equitativa” (Artículo 106).

En esta ley, los *medios comunitarios* son “aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comuni-

dades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Artículo 85). La referencia a “pueblos y nacionalidades” no puede leerse sino en diálogo con la nueva Constitución ecuatoriana, que en su artículo 56 enuncia: “Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible”.

A continuación, además, se establece un artículo en relación a la *acción afirmativa* del Estado hacia el sector: “El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios”. Esta acción afirmativa es responsabilidad del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Artículo 86).

Las cláusulas transitorias de la ley establecieron ciertas pautas de adecuación de los medios existentes a la nueva definición de sectores. Así, por ejemplo, “los medios de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y organizaciones sociales que adoptaron la figura jurídica de empresas o corporaciones de derecho privado para obtener frecuencias de radio y televisión podrán convertirse en medios comunitarios en el plazo de hasta 180 días”. Del mismo otro, otra cláusula establece que “las concesiones entregadas a organizaciones religiosas y que constan como públicas o privadas, podrán transformarse en concesiones comunitarias, sin fines de lucro”.

Síntesis comparativa: ¿de qué está hecho el tercio comunitario?

Con el recorrido que hemos realizado por el caso argentino, uruguayo, boliviano y ecuatoriano, queda claro que la composición del “33%” (o 34) es diferente en cada situación nacional. El eje común es la inclusión de las asociaciones sin fines del lucro, pero lo demás varía en forma considerable. En el caso de la Iglesia católica, por ejemplo, en un caso forma parte del sector público (Argentina), en otro del sector comunitario (Ecuador) y en los dos restantes no hay referencias explícitas, generándose un vacío legal al respecto. Lo mismo sucede con los pueblos originarios: en Argentina las comunidades indígenas son consideradas como un actor público no estatal, mientras que forman indudablemente del sector social en Bolivia y Ecuador, donde también se encuentran referencias a las comunidades afrodescendientes. En el siguiente cuadro intentamos sintetizar la compleja respuesta a la pregunta por la composición del *tercio comunitario* en las nuevas realidades legales de la comunicación audiovisual en cada uno de los países.

	Argentina	Uruguay	Bolivia	Ecuador
Organizaciones sociales, asociaciones civiles y afines (con personería	Incluidos en la reserva del 33% para los "sin fines de lucro"	Incluidos en la reserva del 33% para la radiodifusión comunitaria en cada localidad	Reserva del 17% para el sector "social comunitario"	Incluidos en el 34% comunitario
Grupos de personas	No están contemplados como tales. Se requiere una personería jurídica	La ley contempla, además de las asociaciones con personería, grupos de personas organizadas sin fines de satisfacer las necesidades de comunicación social"	El Decreto reconoce "asociaciones de hecho o cualquier otra forma de asociación igualmente reconocida por el Estado Plurinacional de Bolivia"	No están contemplados como tales
Pueblos indígenas originarios	Forman parte del "sector público" (no estatal)	No existe ninguna mención (en ninguna de las dos leyes vigentes)	Reserva del 17% para "pueblos indígenas originario campesinos, y las comunidades interculturales afrobolivianas"	Están incluidos en el 34% comunitario
Comunidades afroamericanas	No contempladas como tales	No contempladas como tales		Incluidas como pueblo en el 34% comunitario (Art. 56 de la Constitución)
Iglesias	La iglesia católica forma parte del sector público, en función de un rango que deviene de la constitución y el Código Civil Las demás iglesias participan del 33% comunitario	No hay referencia a ningún culto o iglesia en toda la ley. Un artículo prohíbe "realizar proselitismo político-partidario o religioso; lo cual sugiere cierta exclusión."	No hay referencias a ningún culto o iglesia en toda la ley (si bien constituye un poder fáctico importante y con muchos medios)	Están incluidas en el 34% comunitario, según se desprende de la 17° clausula transitoria.

La dificultosa definición del sector comunitario

Como planteamos al inicio, un aspecto destacable del nuevo paradigma legal latinoamericano, que implica la concepción de la comunicación como derecho humano, fue el reconocimiento del sector privado sin fines de lucro o comunitario como un tipo de prestador específico. En más de una oportunidad hemos celebrado esa conquista, que se inscribe en una larga lucha por la democracia comunicacional (Badenes y González, 2014) en la que las organizaciones sociales que sostienen esos medios fueron un actor clave.

Es evidente, no obstante, las dificultades que se plantean en la traducción de experiencias sociales diversas y complejas al lenguaje jurídico. ¿Expresa a la realidad del vasto movimiento de medios comunitarios, alternativos y populares, la sencilla definición de “prestadores sin fines de lucro”? ¿O acaso la experiencia histórica exige desbordar o acotar esa categoría jurídica? En Argentina, esa preocupación se planteó desde un principio: hubo colectivos de medios alternativos que presentaron esa inquietud desde los primeros los Foros Consultivos sobre el anteproyecto de ley. Se planteaban ejemplos concretos: por ejemplo, la posibilidad de que el espacio reservado en el 33% fuera reclamado por las fundaciones *Noble* o *Telefónica*, o por enormes estructuras cuasi empresarias como la Asociación del Fútbol Argentino (AFA).

El decreto reglamentario de la LSCA, lejos de arrimar la definición de los prestadores “sin fines de lucro” a las experiencias de comunicación comunitaria, incluyó en ese sector a las micro y pequeñas empresas. Dicho en otras palabras: en el caso argentino, la sectorización que revisamos en detalle en la primera parte de este trabajo se reconfiguró –una vez más– por el decreto 1225/10, que introdujo por esa vía una sutil modificación en la caracterización del sector sin fines de lucro. En la reglamentación del artículo 21 (Prestadores), además de definir como “personas de existencia ideal de derecho privado sin fines del lucro” a “las cooperativas, mutuales, fundaciones y asociaciones definidas como tales por las normas vigentes”, se establece que la Autoridad Federal “reconocerá la naturaleza de la Micro y Pequeña Empresa”, detallando

qué criterios se utilizarán para definirla y limitando los beneficios que recibirá como tal. Así podríamos incorporar un quinto estadió al cuadro elaborado anteriormente. Esta vez, el corrimiento ya no ocurre en la frontera de lo público y lo comunitario, sino en el terreno del privado con y sin fines de lucros:

Actores / Texto Legal	Ley 22.285709	Decreto reglamentario 1225/10
Estado (nacional, provincias, municipios)	Personas de derecho público estatal y no estatal	(Sin regamentar)
Universidades Nacionales		
Iglesia católica		
Pueblos originarios		
Otros cultos (no Iglesia católica)	Personas de existencia ideal sin fines de lucro	Personas de existencia ideal sin fines de lucro
Asociaciones civiles, fundaciones, mutuales, cooperativas, sindicatos		
Micro y Pequeña Empresa	Personas de existencia visible o existencia ideal con fines de lucro	Personas de existencia visible o existencia ideal con fines de lucro
Empresas comerciales (salvo MiM y PMES)		

Elaboración propia

De esta maleabilidad de las definiciones emergen una serie de preguntas que no sólo movilizan interpretaciones técnicas y jurídicas sino también la agencia de los gobiernos y de las organizaciones sociales que dieron el puntapié inicial del nuevo paradigma. En este capítulo buscamos esbozar parte de un mapa tentativo, que indudablemente requiere más estudios nacionales y comparativos.

Así hemos identificado un problema y un desafío que, ya establecidas las leyes, se traslada al campo de las políticas públicas que concretan y dan forma al nuevo paradigma legal. En ese punto crucial se encuentran hoy los gobiernos de la región. ¿Qué forman le darán al *tercio comunitario* las licencias concursadas, los programas de fomento y otras intervenciones de las autoridades de aplicación para garantizarlo? Desde nuestro punto de vista, se vuelve necesaria una lectura histórica y política de ese 33%, que comprenda –más allá del texto legal– que los proyectos de comunicación popular son mucho más que “de esta maleabilidad de las definiciones emergen una serie de preguntas que no sólo movilizan interpretaciones técnicas y jurídicas sino también la agencia política de los gobiernos y de las organizaciones sociales sin fines de lucro”: *son medios con fines de transformación social*.

Bibliografía

- Aguirre Alvis, José Luis, “Estado y oportunidades para una normatividad de medios de comunicación equitativos e inclusivos”, 2007. Disponible en: http://agenciapulsar.org/infoderechos/wp-content/uploads/2014/01/BOL-Estado-y-oportunidades-para-una-normatividad-de-medios-de-comunicaci%C3%B3n-equitativos-e-inclusivos-_2007_.pdf
- Badenes, Daniel y González, Néstor Daniel, “La lucha por la democracia comunicacional en Argentina”, en Lozano, Mario y Flores, Jorge (coordinadores). *Democracia y sociedad en la Argentina contemporánea. Reflexiones sobre tres décadas*. Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2014.
- Baranchuk, Mariana, “Una historia sobre la promulgación de la

- ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)”, en *Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Buenos Aires, Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2014.
- De Moraes, Denis, *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 2011.
- Geerts, Andrés y Van Oeyen, Victor, *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Ecuador, ALER, 2001.
- Giavedoni, Darío, “Los medios en Bolivia: mapa y legislación de los medios de comunicación”, en *La revista del CCC*, N° 9/10, mayo / diciembre, 2010. Disponible en: <http://www.centrocultural.coop/revista/articulo/169/>
- Gómez, Ava Mariana y Ramos Martín, Juan, “Legislación y medios comunitarios. Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela”, en *Revista Palabra Clave*. Colombia, Universidad de la Sabana, 2013. Disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3360/3507>
- Kaplún, Gabriel, “La nueva ley de Radiodifusión Comunitaria en Uruguay: el largo camino de la democratización de las comunicaciones”. Universidad de la República. Uruguay. Unesco, 2010.
- Mallimaci, Fortunato, “La Iglesia Católica no es una institución estatal”. En *Página/12*, Buenos Aires, 24 de agosto, 2012. Disponible en: <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/subnotas/201767-60237-2012-08-24.html>
- Novomisky, Sebastián, “Un mapa colectivo sobre los procesos de democratización de la comunicación en Latinoamérica”, en *Revista Trampas*. La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2015. Disponible en: <http://www.revistatrapas.com.ar/>
- UNESCO, *Legislación sobre radiodifusión sonora comunitaria. Estudio comparativo de legislaciones de trece países*. División de la Libertad de Expresión, la democracia y la Paz, 2013.

- Van Oeyen, Víctor, “Campana CRIS: ¡Otra Comunicación es posible!”. Portal de Internet de Acción Andina, diciembre, 2002.
- Vinelli, Natalia, *La televisión desde abajo. Historia, alternativa y periodismo de contrainformación*. Buenos Aires: El río suena, 2014.

Leyes, reglamentos, declaraciones y recomendaciones

- Directiva 65/2007 del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativos al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.
- VV.AA, *Declaración Conjunta sobre Diversidad en la Radiodifusión*, 2007. Disponible en: http://www.saladeprensa.org/Declaracion_sobre_Diversidad_en_la_Radiodifusion.pdf
- Resolución del Parlamento Europeo, de 25 de septiembre de 2008, sobre los medios del tercer sector de la comunicación (TSC). Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+0+-DOC+XML+V0//ES>
- UNESCO, Declaración de Maputo: Promover la Libertad de Expresión, El Acceso a la Información y la emancipación de las Personas, 2008.
- VV.AA, “Propuesta de inclusión del derecho a la comunicación con identidad de organizaciones de los pueblos originarios en el anteproyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual”. 2009.
- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y decreto reglamentario N° 1225/10. Editada por la Defensoría del Público de la Comunicación Audiovisual y la Universidad Nacional de Quilmes. Buenos Aires: Eudeba.
- Ley N° 18.232. Ley de Servicio de Radiodifusión Comunitaria, *Uruguay Disponible en <http://www.parlamento.gub.uy/leyes/ AccesoTextoLey.asp?Ley=18232&Anchor=>*
- Decreto Reglamentario de la Ley de Radiodifusión Comunitaria.

Disponible en: http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/decretos/2010/12/miem_227.pdf

Ley N° 19.307, Servicios de Comunicación Audiovisual Uruguay. Disponible en http://archivo.presidencia.gub.uy/sci/leyes/2014/12/cons_min_941_parte1.pdf

Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, Bolivia, 2011. Disponible en: http://www.nci.tv/archivos/ley_164___ley_general_de_telecomunicaciones_tecnologias_de_informacin_y_comunicacion.pdf

Ley 351 de Otorgación de Personalidades Jurídicas, Bolivia, 2013.

Ley Orgánica de Comunicación. Asamblea Nacional del Ecuador, Oficio No. T.6369-SNJ-13-543, Quito, 21 de junio de 2013. Disponible en: http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/Ley_Organica_Comunicacion.pdf

Decreto Supremo 1391 (Reglamento General a la Ley de Telecomunicaciones), Bolivia.

**SOBERANÍA COMUNICACIONAL
SISTEMA DE MEDIOS
EN AMÉRICA LATINA Y EL MUNDO**

CIBERDEMOCRACIA Y NUEVAS LÓGICAS DE LA MEDIACIÓN UNA MIRADA DESDE EL SUR Y DESDE ABAJO

Por Francisco Sierra Caballero¹

Introducción

Tratar de repensar la construcción del campo comunicacional desde el punto de vista de la ruptura que, en cierto modo, introduce la tecnología y el desafío epistemológico del necesario diálogo interdisciplinario en un escenario abiertamente de crisis, de debilidad del pensamiento crítico y, sin embargo, no obstante, de emergencia de un ser y pensar Otro, visible como actor político en los nuevos movimientos sociales de la región, se antoja, en nuestro tiempo, un problema hartamente complejo, difícil de acometer

1 Director General de CIESPAL. Investigador del Instituto Universitario de Estudios sobre América Latina de la Universidad de Sevilla. Editor de la Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación (REDES.COM) (www.revista-redes.com). Director Científico de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (www.ulepicc.net) y Vicepresidente de la Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas en Comunicación (CONFIBERCOM).

en un momento de transición y crisis de paradigmas. La nueva economía simbólica del desarrollo de la ciudadanía en América Latina exige no obstante una lectura histórica a contrapelo de las interpretaciones neodifusionistas y tecnológicamente determinantes del metarelato posmoderno neoliberal que ha *iluminado* la industria de telecomunicaciones a nivel regional. Conscientes de la necesidad de asunción de la ambivalencia y el potencial de las derivas y lógicas sociales que la cultura moderna negó por omisión hoy se vislumbra para ello, en el horizonte cognitivo de América Latina la emergencia de una nueva conciencia posible que permitiría definir una nueva lógica y pensamiento del Sur, actualizando, para trascender, la experiencia de la Escuela Latinoamericana de Comunicación. La constatación de dicha emergencia tiene antecedentes y continuidades en el tiempo con procesos de liberación de largo recorrido en el subcontinente.

La participación ciudadana en Latinoamérica a través de las redes sociales es, de hecho, resultado de un largo y continuado proceso de apropiación social de las nuevas tecnologías en las conflictivas y contradictorias luchas por la democracia frente a la falta de canales de representación y visibilidad pública de un sistema privativo, y en ocasiones de virtual monopolio, de los medios tradicionales o analógicos. Así, el dominio del sector privado y la integración del audiovisual, bajo control de las principales operadoras transnacionales, dibujan un mapa de medios poco o nada favorable a la apertura de canales de diálogo público, que ha hecho posible y ante todo necesaria la movilización y protesta social como estrategias de irrupción en el escenario público, si bien en la última década el cambio del mapa político regional ha propiciado el desarrollo de medios públicos y ciertos derechos de acceso de la ciudadanía en algunos países del subcontinente. Es en este marco pues donde las redes sociales alcanzan su proyección e importancia como medios o canales alternativos de información. Manuel Castells sitúa la centralidad de este tipo de comunicación política emergente en el año 1994, a partir del levantamiento zapatista del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas, por representar, en cierto modo, una doble ruptura simbólica y mediática al coincidir, por un lado, con la entrada en vigor del Tratado

de Libre Comercio, a modo de crítica antagonista del modelo de integración económica y comercial con Estados Unidos; y, en segundo lugar, por hacer visible en el espacio mediático mexicano la realidad de la población indígena, históricamente marginada y excluida del espejo catódico, pese al imaginario revolucionario que inspira la Constitución Federal desde principios del siglo xx. Ahora bien, la guerra de Chiapas no fue, en realidad, una guerra en Internet. En verdad, la era de las redes sociales y las luchas políticas en el ciberespacio tienen lugar en la región a partir de esta fecha en la medida que el EZLN organizó años después el I Encuentro Intercontinental por la Humanidad y contra el Neoliberalismo (1996) donde por vez primera se sitúa en la agenda pública de los movimientos sociales de la región el papel de Internet y las redes de resistencia contra la globalización capitalista. En el periplo de Seattle a nuestros días, la onda zapatista llega hasta nuestros días con la emergencia de nuevos movimientos como #Yosoy132 que dan cuenta de la consolidación de nuevas prácticas y formas de articulación política contra los regímenes autoritarios desde una nueva lectura del espíritu MacBride y los derechos culturales de la ciudadanía latinoamericana, acorde con la configuración y la naturaleza del nuevo ecosistema de las redes distribuidas de información y conocimiento pensada desde el Sur y desde abajo.

En el presente capítulo, trataremos de aportar algunos elementos conceptuales para pensar la *ciberdemocracia* y la nueva economía simbólica de los nativos digitales, considerando el proceso de apropiación y uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en América Latina en términos de lucha por el código de un largo tren histórico y político que pone en juego complejas dialécticas de acomodamiento y remediación de las tecnicidades, las estéticas y las estrategias de resistencia de las culturas populares y las clases subalternas en el contexto global de revolución tecnológica y de transformación de los modos de producción y de vida.

Desde 1994 a nuestros días, gracias a la difusión masiva de las tecnologías a bajo costo y la amplia experiencia acumulada desde la década de los sesenta en materia de comunicación popular y comunitaria, las experiencias digitales y las redes interactivas han

contribuido a facilitar en la región los procesos de empoderamiento de la cultura digital y, paulatinamente, de paso, han horadado las bases institucionales del sistema jerárquico de mediación de las representaciones sociales de empresas como *Televisa* (México) y *Globo* (Brasil), como es sabido modelos arquetípicos de control de las imágenes y los discursos públicos en la región (Bolaño, Mastrini y Sierra, 2012). La disolución de los marcos estables de reproducción social, hasta hace poco cuasi inexpugnables en su institucionalidad, por la acción transversal que promueve la mutación tecnológica, incide así en la crisis del sistema:

Cuya peculiaridad reside en el entrechoque continuo de los factores de cambio que ahora rebasan las viejas gradaciones y mensurabilidades desbordando territorios, países y continentes. Pues ese entrechoque introduce la centralidad de la periferia, no sólo en el plano de los países sino de lo social marginado por la economía y que ahora resulta recentrado como la nueva base del retorno de la política al primer plano de la escena mundial (Martín Barbero, 2008: 37).

Así, a partir del análisis de las experiencias históricas acumuladas en América Latina, una mirada crítica sobre la mediación en torno al papel de los nuevos movimientos sociales y el netactivismo, da cuenta de la necesidad de una lectura teórica de la experiencia subjetiva de los actores sociales centrada en el *ethos* barroco y la dimensión carnavalesca de las nuevas estrategias oblicuas y creativas de insurgencia de la ciudadanía en tanto que analizador histórico revelador de los nuevos procesos de cambio social en curso, pues se constata en las nuevas teorías de la acción colectiva que la dimensión biográfica y comunitaria de estas experiencias, el proceso de apropiación de las NTIC, viene determinado por el modo de configuración abierta del nuevo ecosistema cultural y cotidiano de los protagonistas, de tal modo que el uso creador del proceso de apropiación de las NTIC da lugar a espacios productivos en los cuales se reformula y afirma la identidad individual

y colectiva de los nuevos actores políticos en la región en una suerte, como señala Martín Barbero, de constitución de un nuevo pacto social y/o construcción de espacio público.

El ciclo de luchas y resistencias protagonizado por las organizaciones de campesinos, las comunidades indígenas, los colectivos sin techo, desempleados, villeros, chavos bandas, estudiantes, cartoneros, amas de casas, piqueteros y grupos autónomos han desbordado, como resultado, los análisis clásicos de la acción colectiva y las matrices tradicionales sobre *la política y lo social* que median las representaciones de la vida en común (Zibechi, 2007, 2008). La acción difusa y constructiva de estos nuevos sujetos o actores sociales, partiendo desde el *patchwork* de lo cotidiano (De Certeau, 2000), en línea con la tradición latinoamericana de comunicación participativa, confabula de hecho múltiples experiencias originales de articulación de la protesta que exigen repensar la lucha por el código desde la reinención de la política en virtud de las nuevas reglas y márgenes de actuación observados en las formas de intervención de la ciudadanía que podríamos, sin duda, calificar, de inéditas en la historia moderna.

Las páginas web creadas para romper el cerco mediático de los *media mainstream* a lo largo de las protestas populares en Argentina en 2001 o en la insurgencia de Oaxaca en 2006; el uso de *Facebook* y de los social media en la protesta estudiantil de los *pingüinos* en Chile o del movimiento *twitteado* mexicano #YoSoy132, así como la creatividad del movimiento *Occupy* de Río y de Sao Paulo en Brasil, el uso de las NTIC por parte de los pueblos indígenas del subcontinente en defensa de sus territorios y de sus recursos naturales, o la reciente constitución de la blogsfera cubana a través de la red digital para construir nuevos procesos de autonomía partiendo de los valores de la Revolución de 1959, ponen en evidencia, en fin, la emergencia de una nueva subjetividad y praxis política que, en coherencia, apunta el pertinente cuestionamiento de las teorías al uso de la acción colectiva y el conflicto social desde el punto de vista de los medios de comunicación y la representación de la cultura digital, a partir de nuevas matrices epistémicas y un pensamiento propio que hace necesario definir un enfoque de colonial desde el Sur (De Sousa Santos, 2010a,

2010b, 2014; Yehia, 2007) a fin de romper con la racionalidad binaria y externalizada del mediactivismo como un simple proceso de apropiación, resistencia y oportunidad política.

Desde los años setenta del siglo pasado, las prácticas locales y creativas de comunicación y los testimonios de resistencia suscitados a través de los procesos de comunicación participativa vienen dando cuenta en este sentido de la potencia liberadora de los saberes invisibilizado y excluidos históricamente en la comprensión de la comunicación. De la *Investigación-Acción Participativa* como metodología colectiva de producción de conocimiento con participación de los actores, siguiendo las exploraciones de Orlando Fals Borda en torno a la experiencia de lo popular y lo cotidiano, a las nuevas experiencias de prensa digital mapuche en la Araucanía, la tradición latinoamericana ha acumulado un importante capital cognitivo basado en la reivindicación del diálogo de saberes que interpelan las culturas populares, afroascendientes e indígenas, en función de la construcción socioanalítica de conocimiento como lógica de apropiación de los saberes comunes, resituando así la práctica teórica en el terreno de las formas ancestrales y antagonistas de lo procomún, de la tierra y las cosmogonías invisibilizado por la racionalidad cartesiana; esto es en otras palabras, como opción epistémica y política frente a la condición de colonialidad en la que ha vivido históricamente la región. Es por ello que hoy se puede afirmar que tal legado constituye sin lugar a dudas una ventaja comparativa además de un aporte extraordinario y singular, considerando, como vamos a analizar a continuación, el contexto cultural emergente de la era de la información y conocimiento distribuidos en red.

Revolución digital y nuevas matrices epistémicas

El alcance de los cambios en curso asociados al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información electrónicas comprende una profunda transformación del sistema de organización de la vida pública a partir de las pautas, sistemas y culturas de la información. “Las nuevas tecnologías impactan en los subsistemas

de producción, distribución y consumo, por un lado, y en los mecanismos de reproducción social y del poder, por otro. Cambian, también, las nociones de tiempo y espacio, de poder y libertad, lo individual y colectivo, lo público y privado, nacional e internacional, productivo e improductivo” (Zallo, 1992: 45).

En este proceso, la transformación cultural del ecosistema por acción de los nuevos medios de reproducción simbólica representa una impugnación radical de las formas de socialización y reproducción del saber así como de las prácticas sociales de la modernidad ante el proceso de semiotización y estetización de la vida cotidiana que apunta la reconversión de las dinámicas científico-tecnológicas que regulan las relaciones del campo del conocimiento y la producción social general a partir de la socialización de las formas colectivas de trabajo que representa el paradigma de la cibercultura. Como bien apunta Negri, nuestro tiempo es el tiempo del sujeto *cyborg*, es el tiempo de la fábrica social, de la sociedad-empresa o, en otros términos, del sujeto trabajador polivalente como valor, como fuente y única garantía de reproducción y valorización del capital. El proceso de informatización de la economía y de espectacularización del capital, los logros de la denominada eufemísticamente nueva economía ha de interpretarse, en este sentido, como un proceso revolucionario de reorganización territorial, simbólica y normativa de la vida social en el capitalismo, en el que lógicamente, junto a procesos de racionalización y reestructuración de la economía, tienen lugar procesos de descentramiento y diferenciación entre clases y grupos sociales, unidades económicas integradas y espacios geográficos a nivel local, nacional y regionalmente.

Ahora bien, en este contradictorio proceso de transformación, las nuevas redes telemáticas abren un escenario potencial de múltiples sinergias productivas de cooperación y autonomía comunitaria que alteran los enclaves tradicionales de observación de este fenómeno. Si asumimos como reto pensar la comunicación como un compromiso emancipador, como un ejercicio de reflexividad colectiva y de liberación de las potencialidades y singularidades humanas, podemos cuando menos concluir la necesidad de repensar los modelos conceptuales desde las necesidades y deseos de la multitud, desde la pluralidad informativa, la justicia social

y la defensa de la multiplicidad de voces y culturas. La fundación de un pensamiento para el cambio social es, sin duda, el primer paso para transitar de la concepción formal y sobredeterminada de la comunicación multimedia global a la realización material de la concepción democrática de las redes de interacción simbólica. En este empeño, cabe destacar diversos límites y obstáculos epistemológicos. El principal problema es probablemente de carácter comunicativo, la ausencia de un lenguaje común que pueda traducir en forma de proyecto colectivo el antagonismo a partir de la comunicación de las singularidades. Como advierten Antonio Negri y Michael Hardt, “en nuestra celebrada era de las comunicaciones, las luchas se han vuelto casi incomunicables. Esta paradoja de incomunicabilidad vuelve extremadamente difícil comprender y expresar el nuevo poder derivado de las luchas emergentes” (Negri/Hardt, 2000: 34).

Por otro lado, la política de la diferenciación simbólica anula y dispersa la potencia emancipadora de la multitud. En el horizonte posmoderno de la sociedad global, parece que la hibridez y ambivalencia cultural de las identidades autocentradas desafían la lógica binaria del *Yo* y del *Otro*, desplazando los discursos sexistas, xenófobos y racistas a los márgenes del sistema. Las políticas de la diferencia pueden sin embargo ser compatibles con las estrategias de segmentación y jerarquización que, incorporando las voces y valores culturales minoritarios de los grupos oprimidos y marginales, ordenan y extienden las formas de *biopoder* global. “Las estructuras y lógicas de poder en el mundo contemporáneo son absolutamente inmunes a las armas liberadoras de las políticas de diferencias posmodernistas. De hecho, también el Imperio está decidido a eliminar aquellas formas modernas de soberanía y poner a las diferencias en juego por encima de las fronteras. Por ello, pese a sus buenas intenciones, las políticas posmodernistas de las diferencias no sólo son ineficaces contra el mundo imperial, sino que incluso apoyan y coinciden con sus funciones y prácticas” (Negri/Hardt, 2000: 84). Tal énfasis de los estudios culturales en comunicación anglosajones en la diferencia, la multiplicidad y el simulacro coincide, en este sentido, con la afirmación funcional de las ideas estratégicas del capital. La afirmación de la diferencia

y la hibridación es, sin embargo, al mismo tiempo una afirmación de comunidad, una defensa de la vida en un mundo inhóspito, una forma de defensa y articulación de las redes de desarrollo solidario. Así las cosas, ¿desde qué bases y perspectivas puede activar el poder de la crítica sus dispositivos emancipadores?, ¿qué alternativas tenemos para la acción transformadora?, ¿cómo pueden ser reorientados los medios y tecnologías de la información en un sentido democrático?, ¿qué líneas y ámbitos de actuación son prioritarios para el diseño alternativo de una sociedad de la información, en verdad, para todos en América Latina? Responder a estas y otras cuestiones fundamentales exige sin duda un esfuerzo de reflexión teórico que no es viable plantear en este momento. Pero sí al menos podemos apuntar algunas cuestiones cruciales de intervención estratégicas a modo de cuaderno de bitácora en la exploración el objeto de estudio que nos ocupa.

La primera de las cuestiones a introducir en el debate académico es la reivindicación de la noción de ciudadanía universal. Las nuevas redes telemáticas, el ciberespacio, las nuevas autopistas de la información plantean hoy un problema ideológico fundamental de legitimación y fundamentación de un nuevo pacto social. Sobre las formas convencionales de socialización, sobre las prácticas y representaciones simbólicas modernas, el ciberespacio introduce nuevos hábitos y relaciones. Como señala Echeverría, los problemas técnicos de acceso, circulación o transmisión rápida y segura de la información a través de Internet son importantes, pero resulta mucho más urgente reflexionar sobre la conformación de la red como nuevo espacio ciudadano. La ruptura de los límites internos y externos de la ciudad y de los territorios, la integración y confusión de los ámbitos públicos y privado, tradicionalmente escindidos en el discurso y la comunicación política de la modernidad, no sólo apuntan la necesidad de reconocer las nuevas pautas culturales de organización y socialidad humanas, sino también, a través de las diversas formas electrónicas de interacción e intercambio de información, la constitución de un nuevo espacio de identidad y participación política efectiva. Más allá de la radical desarticulación espacial y de estructuración de los parámetros del universo social, las NTIC están planteando al respecto un nuevo

enfoque de la ciudadanía, una nueva cultura de apropiación e integración doméstica del espacio en el que, por necesidad, no podemos hablar propiamente de distinción entre lo interno y lo externo a la manera que lo hace Habermas en su reconstrucción histórica de la esfera pública burguesa. Y, desde luego, no nos son válidas las nociones heredadas del siglo XIX de ciudadanía y de sujeto histórico.

Los límites, formas y dimensiones culturales de la revolución digital inauguran una lógica biopolítica fundamental que trasciende el viejo debate en torno al sujeto, ahora convertido en terminal de la red telemática. Las NTIC remiten hoy con Latour, a un nuevo actor-red, un sujeto estriado, complejo y contradictorio que, en conexión con el entorno múltiple de la tecnología electrónica, muestra un yo móvil, disperso y molecular. Más aún, el *cyborg* es hoy el único modelo que nos permite teorizar la subjetividad. Cuando – como escribe Negri– el capital ha absorbido completamente a la sociedad, cuando la historia ha terminado, la subjetividad, motor de la transformación del mundo por el trabajo e indicador metafísico de los poderes del ser, nos anuncia que la historia no ha terminado. Antes bien, emerge con toda su fuerza y potencia liberadora. Un síntoma de esta nueva situación es el fenómeno de la migración.

La fuerte e imparable movilidad de la fuerza de trabajo, la lógica difusa e imprevisible de los desplazamientos de amplios contingentes de la población constituye una poderosa forma de impugnación y desequilibrio para el Imperio. La migración y comunicación intercultural representa por ello una fuente dinámica de activación de la lucha de clases en las sociedades posmodernas. “El deseo desterritorializada de la multitud es el motor que empuja todo el proceso de desarrollo capitalista y el capital debe intentar constantemente contenerlo” (Negri/Hardt, 2000: 75).

La comunicación global nos sitúa en este sentido ante el reto y la experiencia de la ciudadanía global, siendo la movilidad de sujetos y flujos de información un factor de ruptura del sistema.

La resistencia de la multitud a la servidumbre, la lucha contra la esclavitud de pertenecer a una nación, una identidad y un pueblo, y por ello la deserción de la soberanía y de los límites que le impone a la subjetividad es absolutamente positiva. El nomadismo y la mezcla de razas aparecen aquí como figuras virtuosas, como las primeras prácticas éticas en el terreno del Imperio. Desde esta perspectiva, el espacio objetivo de la globalización capitalista se quiebra. Sólo un espacio animado por la circulación subjetiva y sólo un espacio definido por los movimientos irreprimibles (legales o clandestinos) de los individuos y los grupos sociales es real (Negri/Hardt, 2000: 189).

Coincidimos en este punto con Negri, que en el seno de la sociedad hipermediatizada y de comando flexible, la migración y la comunicación intercultural abren la puerta a la esperanza del comunismo. Si bien las contradicciones fundamentales de este nuevo orden imperial pueden parecer imperceptibles por el control totalitario del comando informacional, mostrándose ilocalizables, invisibles y elusivos los puntos de articulación y transformación liberadoras, las alternativas de cambio y movilización colectiva proliferan y se multiplican en los pliegues del sistema. Así, las formas reticulares de lo espectacular integrado no sólo organizan los procesos de reproducción unidireccionalmente sino también las formas de cooperación y comunicación social dentro y fuera del sistema.

Las redes cívicas, los telecentros comunitarios o las plataformas públicas antiglobalización están generando formas innovadoras de apropiación y uso de las NTIC, revitalizando los procesos creativos de organización y desarrollo social tan caros a la experiencia alternativa en América Latina. Esta capacidad innovadora deriva de la compleja capacidad de conocimiento, del elevado nivel de conciencia, al estar expuesta, a diferencia de las formas tradicionales de comunicación, a los requerimientos y cambios del entorno, lo que exige una amplia capacidad reflexiva para evaluar las situaciones y dar respuesta en cada momento a las transformaciones del medio. Las comunidades son, en otras palabras, comunidades

inteligentes, organizadas para la acción. Por primera vez, en otras palabras, la comunicación se ve expuesta a convertirse en un saber para el cambio. Y este es, a nuestro modo de ver, la principal aportación de las NTIC: pensar la comunicación vinculada a la acción, al desarrollo y necesidades radicales de los sujetos y conjuntos humanos, tal y como la teoría y práctica latinoamericana ha venido cultivando en sus espacios y pliegues de la esperanza. Pues en el contexto de la comunicación global como dominio, el rearme de la red, la religancia, y la creación del saber en común que estructura el tejido social, es la condición imprescindible para la construcción de un nuevo ciclo virtuoso del desarrollo. Más aún, la conexión es un principio necesario para el aprendizaje autogestionario de los recursos que dispone cada grupo y la comunidad en su conjunto. Por eso, las metodologías emancipadoras de la tradición latinoamericana en comunicación resultan hoy más que nunca pertinentes para la estructuración de redes sociales con base en la comunicación y la educación, a la hora de enfrentar de manera conjunta la realidad del desarrollo comunitario, a partir de lo real concreto.

Ahora, apuntados algunos enclaves epistémicos desde los que pensar y comprender la revolución digital, conviene definir a continuación de qué redes estamos hablando, cuál es la naturaleza y papel del llamado tercer sector en el nuevo entorno virtual, cómo y desde dónde podemos analizar la *ciberdemocracia* en la nueva economía simbólica de la región.

Nuevos movimientos sociales y voces emergentes

Hoy es comúnmente reconocido por el conjunto de las ciencias sociales que, en el nuevo contexto de la globalización, el ser y actuar de los movimientos sociales cobra nuevo significado y una importancia estructural decisiva. Son pocos sin embargo los estudios relativos a la comunicación y las formas contemporáneas de acción colectiva en América Latina, pese a la centralidad en los actuales procesos de transformación histórica que estamos viviendo. En todos los trabajos académicos sobre la materia, se constata

en cualquier caso la emergencia de nuevas voces y prácticas de mediación que ilustran la existencia de singulares procesos de articulación política y social.

El advenimiento de la llamada sociedad de la información, la complejidad del desarrollo tardo capitalista y la expansión del consumo cultural de las llamadas clases medias se ha traducido, en los últimos años, en un movimiento de creciente fragmentación social y de multiplicación de la diversidad de las contradicciones sociales en la región, dando pie a la configuración de numerosos movimientos con identidades, objetivos e intereses particulares en relación al sistema social. “La diferenciación de campos, actores y formas de acción no permite seguir con la imagen estereotipada de los actores colectivos moviéndose en el escenario histórico como los personajes de un drama épico; igualmente desacreditada se encuentra la imagen opuesta de una masa amorfa guiada exclusivamente por sus instintos gregarios” (Melucci, 1994: 155). El efecto directo del proceso de globalización ha sido la creciente diferenciación de las formas y estilos de vida, así como la mayor vinculación de los diversos grupos humanos con los intereses relativos a la calidad de vida y las formas locales de lucha y reivindicación social.

Como ha sido ya subrayado por numerosos autores, en la nueva sociedad tribal, hemos pasado de un orden bipolar a la complejidad polisémica de los discursos y las prácticas políticas plurales, siendo los movimientos ciudadanos la más visible constatación del cambio y el pluralismo distintivos de la nueva sociedad de la información, lo que naturalmente hacen de los movimientos sociales un objeto privilegiado de análisis del cambio social. El estudio de las nuevas modalidades de acción colectiva configura así un campo interdisciplinario determinante, de gran amplitud y alcance en su tratamiento metodológico. Melucci ha llegado incluso a criticar lo que se ha dado en llamar nuevo “paradigma de los movimientos sociales” por su progresiva ontologización. La creciente importancia asignada a la pluralidad de significados y a las formas de acción implícitas en estos nuevos fenómenos colectivos –que afectan a diferentes niveles de la estructura social– es reveladora no obstante de la creciente importancia de estas diná-

micas constructivas de intervención. Desde el punto de vista de la comprensión de las nuevas lógicas sociales, de la nueva economía simbólica que introduce la galaxia Internet, lo que –en coherencia– exige un mayor esfuerzo de estudio y apertura de la investigación comunicológica en función de la diversidad y novedosa acción social de los nuevos actores colectivos emergentes.

Ahora bien, el propio concepto de movimiento social se ha tornado tan complejo, teórica y analíticamente, que, al convertirse en el centro de la acción y el cambio social tardo capitalista, la ambivalencia y pluralidad de las experiencias existentes dificultan conceptualmente su identificación, al punto de crear en ocasiones ciertas ambigüedades más que confusas, no sólo entre los estudiosos de la ciencia política y la sociología, sino incluso entre los propios sujetos y actores participantes que forman parte integral, o al menos creen formar parte, de eso que llamamos nuevos movimientos sociales.

Los intentos por unificar la definición de este tipo de acciones colectivas han fracasado, en la mayoría de los casos, a la hora de lograr el consenso sobre el sentido y función de este tipo de organizaciones. En otros casos, las aproximaciones conceptuales al nuevo campo sólo se han podido llevar a efecto mediante la búsqueda de un mínimo común denominador. Mario Diani, por ejemplo, ha definido la teoría de los nuevos movimientos sociales a partir de cuatro aspectos básicos: la constitución y organización informal en redes; la construcción de valores y creencias compartidas; el desarrollo de la acción en áreas de conflicto; y la independencia de las actividades del colectivo frente a la esfera institucional (Revilla, 1994: 185) por entender –en este último caso– la Sociología que los movimientos sociales constituyen una forma dinámica y flexible de reconstitución de la identidad colectiva, fuera del ámbito de la política formal. Otros autores, en cambio, han llegado a la conclusión de destacar básicamente tres características principales, entre las señas de identidad que los distinguen, a saber: la racionalidad estratégica en la coordinación de esfuerzos y la movilización de recursos; las nuevas formas organizativas, con el objetivo de garantizar la cooperación asociativa; y la reflexividad como toma de conciencia sobre el papel y los

factores determinantes en el juego de poderes que, por supuesto, también condiciona la actividad de este tipo de organización.

Como resultado de esta misma confusión y complejidad en la definición del campo objeto de estudio, los nuevos movimientos sociales han sido analizados a partir de muy distintos enfoques teóricos, desde tantos marcos conceptuales como programas de investigación ha desarrollado la Sociología. No procede discutir aquí las distintas concepciones conocidas sobre las formas abiertas de movilización social como objeto de conocimiento. Nos conformaremos, por lo pronto, con tratar a continuación de describir las bases conceptuales desde las que pensar el netactivismo contemporáneo que tiene lugar en la región, según una concepción cultural constructiva y dialógica. Partiremos para ello de la idea o noción de movimiento social como actor colectivo que interviene en procesos de transformación desde una visión emancipadora del cambio social, frente a un concepto instrumental y positivista de la movilización y el modelo analítico fundamentado en el interés y el cálculo individual de la organización de la acción colectiva. Esto es, el movimiento social se constituye sobre lo manifiesto y organizativo de su estructura, pero en función de lo latente, de un imaginario o estrato simbólico, como punto de identificación que agrupa al conjunto social de dicha red informal. Coincidimos por tanto en lo esencial con el planteamiento básico del enfoque de la identidad colectiva que interpreta la acción social como fruto del valor añadido que los actores asignan a las señas de identidad, entendida ésta como interactiva y compartida, es decir, más como un proceso abierto que como un producto. Desde esta perspectiva, los movimientos sociales son conceptuados como espacios simbólicos de producción imaginaria, regulados por un código, un lenguaje, una expresividad propia, y, en última instancia, por una identidad que determina y orienta el sentido último de la acción.

Alberto Melucci distingue, en este sentido, tres dimensiones elementales que entretrejen el proceso de identidad:

- Las estructuras cognoscitivas relativas a los fines, medios y ámbitos de acción.

- Las relaciones entre los actores que negocian, se comunican y adoptan colectivamente las decisiones operativas.
- Y las inversiones emocionales, las plusvalías afectivas que invierten en su conocimiento dichos actores.

Si bien en los últimos años los investigadores han resaltado la importancia del segundo y tercer elemento, cabe coincidir con Pizzorno que la base de tales interacciones se estructura a partir del principio de identificación de los intereses comunes. Para que se pueda hablar de un interés colectivo y del desarrollo de sus expectativas es necesario referirse a un proceso de identificación en el cual se articula un proyecto de grupo que da sentido a las preferencias y expectativas colectivas e individuales. Precisamente, en el círculo de reconocimiento, según Pizzorno, se comparten y estructuran las apropiaciones simbólicas. Es decir, sólo desde la pertenencia a una identidad colectiva se refuerza la identidad personal. Y justo a partir de la acción se construye el mundo de vida, en el sentido de percepción del pasado-presente hacia el futuro, hacia la construcción de proyectos colectivos desde el ámbito de una topología imaginaria.

Es decir, todo movimiento social siempre es más que lo que la organización abarca. En cuanto agente movilizador que desarrolla su trabajo en constante y continua acción pública, Joachim Raschke señala que un movimiento social se define por una alta interpretación simbólica; es decir, el grupo que se constituye como movimiento social se caracteriza por un pronunciado sentimiento de nosotros. Desde una perspectiva sociosemiótica, podemos considerar estos colectivos como instancias generadoras de signos que fortifican su integración y consolidan la identidad de sus miembros. Los individuos que participan en la movilización colectiva actúan a partir de la información a la que socialmente pueden acceder y que, en muchas ocasiones, el propio grupo les proporciona, configurando a través de múltiples mediaciones su actitud, sus aspiraciones y su comportamiento. Las dimensiones culturales y normativas que conforman el lenguaje de interacción del grupo constituyen por tanto la base de referencia que identifica mutua-

mente a los miembros del movimiento social por oposición a otras instituciones y organizaciones sociales. Melucci llega, en este sentido, a definir analíticamente todo movimiento social como una forma de acción solidaria que se desarrolla a partir del conflicto, rompiendo los límites del sistema en que ocurre la acción.

Con Alain Touraine, sabemos que, en el marco del nuevo modelo de producción tardo capitalista, los conflictos que se originan a partir de los desequilibrios sistémicos explican en parte el impulso y desarrollo de los nuevos movimientos sociales frente a las formas sofisticadas de control y dominación social. En otras palabras, la noción de movimiento social remite a prácticas de acción colectiva orientadas a la transformación de las relaciones de dominio. Ahora bien, centrarse en las estructuras de determinación puede llevarnos a desestimar los factores de identidad como elementos secundarios, un viejo debate como sabemos en los estudios culturales.

Raschke propone, por ello, separar analíticamente todo movimiento social de la evolución general de la sociedad. “Si bien en las fases tempranas del desarrollo de los modernos movimientos sociales la –supuesta– dirección del movimiento de la sociedad aún no estaba separada del colectivo de acción que se refería a ese cambio social, cada vez se diferencia de forma más fuerte en los movimientos y en la ciencia social el hecho de que la dinámica del movimiento no es idéntico a la dinámica de la sociedad” (Raschke, 1994: 127). Reconocer no obstante la autonomía de los movimientos sociales no implica aceptar su indeterminación. “Ni los modelos macro estructurales, ni los basados en las motivaciones individuales tienen capacidad para explicar las formas concretas de acción colectiva o la implicación individual en tales acciones. Entre el análisis de los determinantes estructurales y el de las preferencias individuales falta el análisis del nivel intermedio relacionado con los procesos a través de los cuales los individuos evalúan y reconocen lo que tienen en común y deciden actuar conjuntamente” (Melucci, 1994 : 167).

Un movimiento social, como escribe Ledesma, no es un datum, algo fijado de antemano, sino un proceso; es decir, el movimiento social es, y no es, un resultado específico de la acción del

movimiento. Más aún, es un proceso colectivo en el que los actores negocian y renegocian continuamente todos los aspectos de su acción. Es a través de este proceso de contrato comunicativo, en el diálogo y la participación pública como se crean nuevos códigos culturales y posibles alternativas simbólicas a nivel interno y externo, en el momento de construcción de la identidad común. La generación de información, la comunicación de significados y el intercambio de signos constituyen, por lo mismo, objetos esenciales en la actividad del grupo. Los movimientos sociales pueden ser concebidos así como sistemas de comunicación estructurados en múltiples redes de relaciones sociales, donde los grupos formales actúan como nudos encargados de recepcionar y retransmitir los mensajes que propician las movilizaciones tendentes a reivindicar tanto cuestiones concretas y puntuales, como genéricamente nuevos modelos culturales. En otras palabras, los movimientos sociales son sistemas de acción que operan en campos socioculturales que limitan y ofrecen determinadas posibilidades de transformación del contexto.

En esta línea, Joseph Gusfield asocia los movimientos sociales con las exigencias socialmente compartidas para operar un cambio en las estructuras o el orden social. El objetivo del cambio está implícito en la mayoría de las definiciones conocidas. Por ejemplo, Anthony Giddens se refiere a un interés común que requiere de un reconocimiento público o, en caso contrario, forzará el cambio para su aceptación. Mientras que Touraine incluso reduce el concepto de movimiento social a aquellas organizaciones cuyo comportamiento colectivo implica una lucha histórica en pos del cambio y el progreso social; es decir, en palabras de Melucci, los movimientos sociales se reconocen por un comportamiento conflictivo que no acepta roles sociales impuestos por las normas institucionalizadas, anula las reglas del sistema político y/o ataca la estructura de las relaciones de clase de una sociedad dada.

Desde este punto de vista, los movimientos sociales son portadores de una racionalidad del mundo de vida que, frente a las formas de racionalidad instrumentales propia de las instituciones, busca transformar la sociedad. El contenido, de hecho, de los nuevos movimientos sociales viene delimitado básicamente por la

toma de “conciencia de los límites civilizatorios alcanzados por las sociedades modernas en su continua expansión” (Riechmann/Fernández Buey, 1994: 13), tanto a nivel social como culturalmente, resultando así el contexto comunitario de cambio un problema de revalorización de la identidad colectiva de los actores y grupos sociales.

Todo grupo, así como los sujetos a título individual, participan permanentemente en el capitalismo de un proceso colectivo de construcción de la identidad propia y ajena. Tal proceso es por completo relativamente indeterminado y abierto. Ello, lógicamente, provoca problemas de identidad y de ideología. Con su identidad –como comenta Prieto Rodríguez Villasante–, porque las pulsiones del ello preconsciente están siempre presentes y afectan al estilo y personalidad del grupo. Con su ideología, porque las justificaciones que vienen del super-yo meten los ancestrales históricos locales en cantidad de ritos y mitos fundantes de tales pretendidas racionalizaciones. Todo grupo que interviene en el campo de las relaciones sociales intenta por lo mismo promover activamente sus representaciones distintivas con fines hegemónicos. Máxime en un contexto de cambio acelerado y de desintegración social, como el que actualmente domina en los sistemas sociales basados en la información y el conocimiento, que intensifica la lógica de flujos y redes de conexión y consumo iconofágico.

Cultura e hipermediaciones en la era digital. Un problema de pedagogía democrática

Los procesos de hibridación cultural y de reorganización del universo simbólico, producto de un mercado en imparable progresión globalizadora, ha generado, por necesidad, nuevos modos de asentamiento de las identidades culturales, fragmentando los discursos grupales en la intersección entre lo masivo, lo culto y lo popular. “El tema de la identidad sociocultural cobra cada vez más relevancia a medida que se desarrolla la sociedad industrial capitalista, pues su dinámica de mercantilización de cada vez más esferas de la existencia humana, la expansión de la racio-

nalidad instrumental y la colonización del mundo vital corre los vínculos sociales y las identidades socioculturales tradicionales” (Riechmann/Fernández Buey, 1994: 66). De aquí la necesidad de comprender el sentido de ese espacio o mundo de vida en el que los nuevos movimientos sociales perciben que hay que intervenir frente a las formas de control social producto de una racionalización tecnológica exacerbada, considerando sobre todo que la identidad cultural es un factor primordial de comprensión y dominio cognitivo del entorno.

De acuerdo con Giddens, “la política moderna de emancipación está siendo complementada y modificada por la emergencia de una política-de-la-vida, que tiende a centrarse en problemas que fluyen de la realización personal pero afectan a las estrategias globales y que nos lleva a reapropiarnos de cuestiones existenciales y morales básicas” (Giddens, 1993: 143). En función de su importancia reguladora de la acción, esta política de la subjetividad es estratégica en la valorización del problema de las mediaciones culturales que conforman la estructura fragmentada e inestable de la lógica cultural posmoderna. La valoración de los espacios y mundos de vida ha conllevado, como consecuencia, la politización de la vida doméstica, llevada a la praxis por algunas fuerzas políticas, como lugar para la convergencia (fusión), como espacio no tópico para lo imaginario (u-tópico), para la autodeterminación.

Las teorías sobre los movimientos sociales como promotores de la acción colectiva y la identidad cultural acentúan por ello la importancia de la atribución de sentido en el proceso de “liberación cognitiva” que se genera a través de la transformación de la conciencia de los actores sociales implicados, al interpretar el paso de una actitud pasiva a una actitud netamente reivindicativa y de participación social, en el que es preciso prestar atención a las interacciones que nuclea la solidez del grupo y el alcance de su acción pública. Estos elementos deben ser considerados en su justa y debida importancia tomando, como decimos, en cuenta especialmente contextos como el actual, en el que se ha experimentado un desarrollo ilimitado de la dimensión simbólica o, si se permite la expresión, una hipermediatización del proceso de mediación social por saturación.

En las sociedades mediáticas regidas por una alta densidad y distribución de información, la producción simbólica ocupa así un lugar privilegiado en la construcción de los mundos de vida. Ya que, según Melucci, en los sistemas en que la producción material se transforma en la producción de signos y relaciones sociales, el área central de conflicto se sitúa en torno a la habilidad y margen de autonomía que los grupos e individuos tienen o procuran para controlar las condiciones de formación de su acción. De ahí la centralidad de la pedagogía de la comunicación y de debates como el que tiene lugar en edu-comunicación sobre las competencias digitales.

Desde este punto de vista, la comunicación educativa se constituye en el principal medio de intervención y transformación social, pues a partir de las construcciones simbólicas los sujetos pueden apropiarse de la logofera, y del territorio, en su participación a través de los movimientos sociales, frente al excesivo volumen de información desestructurante, logrando reconocerse y reconocer socialmente a “los otros”. La comunicación educativa puede, por un lado, favorecer el que el movimiento social genere identidad, diferencias e integración simbólica. Por otro lado, dialógicamente, la pedagogía de la comunicación puede además conseguir que las redes generen diálogos y sentidos compartidos en la competencia entre los grupos, ya que, desde este marco teórico, el movimiento social asume la configuración de área, de red social en la cual se forma, se negocia o se recompone una identidad colectiva. Los nuevos movimientos sociales pueden, en este sentido, ser definidos como redes de formación generadores de espacios públicos de gestión, de presentación y de reconocimiento, y como movimientos autoconstruidos cuyas prácticas significativas están impregnadas de valores afectivos y pueden expresarse independientemente de las estructuras formales de la sociedad.

La vinculación con los otros, el diálogo para la acción transformadora son aquí decisivos, resultando por ello los aspectos comunicacionales factores estructurantes en todo movimiento. Como bien indica Marcelo Pakman, toda organización social se construye a través de diferentes tipos de historias:

- Los relatos, leyendas, narraciones, fantasías y documentos en los que lo central son los aspectos representacionales del intercambio verbal.
- Las historias de las que somos parte.
- Y las historias encerradas que somos y habitamos como “precipitados formales biológicos, tanto filogenéticos (como la estructura de especie de nuestra corporalidad que nos hace, por ejemplo, tener brazos y no alas) como ontogenéticos (como las cicatrices que nos marcan) y culturales (desde los modos de caminar de nuestra tradición cultural-social hasta las estructuras arquitectónicas que habitamos y los medios tecnológicos que utilizamos, ambas extensiones pero también organizadores de nuestra experiencia cotidiana...)” (Pakman, 1995 : 300).

Parafraseando a Revilla, podemos concluir por tanto que la faceta principal de los movimientos sociales es precisamente la interconexión de los individuos involucrados en el proceso de identificación en su trabajo auto-organizativo de producción del mapa cognoscitivo que la caracteriza como código distinto a otros códigos culturales. La interconexión se entiende, en este sentido, como un factor clave de la emancipación de los sujetos en su esfuerzo por dialogar e interpelarse al interior de sí mismos y con los otros. Este es el núcleo central de definición del problema del desarrollo como una cuestión de carácter metodológico, al pensar las formas contemporáneas de netactivismo, más aún en América Latina donde el oficio del cartógrafo mestizo pasa por perder el miedo a los mapas nocturnos.

La conceptualización de los movimientos sociales como acción participativa exige, en fin, valorizar la acción social de estas organizaciones como una suerte de alternativa cultural creada desde las redes de relaciones sociales según principios de identidad y solidaridad colectivas como una apuesta por la auto-organización de la ciudadanía favorecedores del proceso de construcción

dialógica del sentido y las identidades culturales que estructuran nuestro comportamiento. En cuanto agentes de construcción y dinamización social del conocimiento, los movimientos sociales pueden en esta línea, siguiendo a Luis Tapia, provocar la reflexión histórica necesaria para un cambio social que reestructure de manera ecológica el sistema dominante de información y conocimiento (Tapia, 2013). La articulación de las diferencias de identidad tiene así en la pedagogía de la comunicación un instrumento de mediación cultural privilegiado, de cara a la extensión de redes y “conjuntos de acción”, favorecedores de dialécticas culturales y comunicativas, en las que se descubran sentidos y necesidades latentes que hay que hacer aflorar.

Si la comunicación alternativa se define en relación a la propiedad y uso de los *media mainstream*, siendo su perspectiva subordinante y contrahegemónica, más que de comunicación alternativa, en sentido restrictivo, convendría hablar desde este punto de vista de alternativa de comunicación. Esta sería “la expresión sistemática, coherente, creativa, complementaria, abierta y horizontal, que un grupo u organización logra ir desarrollando como arma de lucha ideológica que expresa e inter-comunica su nivel de conciencia, su avance organizativo y sus luchas” (Núñez, 1985: 133). Desde esta perspectiva, el proceso de democratización de las comunicaciones que propone la comunicación educativa buscaría, parafraseando a Alfaro, asumir el compromiso de un nuevo modelo de articulación que se sustente en la capacidad de diálogo, negociación e intercambio, creando y legitimando espacios públicos de interés social y comunitario compartidos, en la ampliación y discusión de nuevos horizontes de desarrollo para la región. En palabras de Luis Tapia:

Un aspecto importante en la constitución de movimientos sociales es la configuración de espacios públicos, para la circulación de conocimiento, lo cual se vuelve una condición de producción de conocimiento social ampliado, por la existencia de intersubjetividad más amplia y densa. Los movimientos sociales permiten conocer de manera patente las fallas estructurales en una sociedad, en tanto encarnar

la crítica a esas estructuras a través de la politización de una de las formas experiencia que critica de su dinámica y sus resultados (Tapia, 2013: 125).

El desarrollo y consolidación de los propios movimientos sociales representa, de hecho, en este sentido, una expansión de la autonomía personal y colectiva de la ciudadanía, trascendiendo la delegación de objetivos y funciones en favor de una apropiación participativa de los espacios públicos desde lo vivido a lo concebido, sin supeditar un nivel a otro, en función de la integración dialéctica en un mayor nivel de conciencia y responsabilidad social de las actividades de uso común, tal y como observamos en América Latina.

A modo de conclusión y apertura de una agenda de investigación

A partir de la memoria de las prácticas y experiencias de subversión y resistencia cultural de los pueblos indígenas, los movimientos sociales y las fuerzas políticas de progreso en países como México, Chile o Colombia, los gobiernos de la región han tenido que confrontar, en los últimos tiempos, la acción multiplicadora y difusa de las nuevas generaciones de nativos digitales, dispuestos a apropiarse de las redes e impugnar el lugar hegemónico de los medios tradicionales. La inspiración de las nuevas miradas y saber-hacer productivo en el uso y apropiación de las nuevas tecnologías por estos actores colectivos apunta, en nuestro tiempo, nuevos procesos de transformación de la esfera pública que permean y cuestionan la agenda *setting* de los llamados medios oficiales y hasta las cartografías y topologías convencionales delineadas por el Estado nación moderno. En el marco, por ejemplo, de proyectos como *Brasil menor*, *Brasil vivo*, las organizaciones cívicas conectan su voluntad emancipadora con movimientos como el *15M* en España, planteando cómo *Okupar Río* o Sao Paulo en el proceso de modernización acelerada que vive Brasil, a partir del uso ar-

ticulador y la capacidad de organización que facilita Internet y las redes sociales. Por otra parte, iniciativas como la red REDISTIC y el proyecto MISTICA, así como los sucesivos encuentros en torno al Foro Comunicación y Ciudadanía, vienen constatando la emergencia de nuevos procesos de acceso y participación con las nuevas tecnologías, abordando un enfoque periférico y alternativo de construcción de comunidad y ciudadanía cultural latinoamericana en red. La amplia experiencia acumulada desde la década de los sesenta del pasado siglo en la región en materia de comunicación participativa y desarrollo local inspira en esta línea hoy los procesos de empoderamiento en la cultura digital, sea a través de telecentros o de luchas por la tierra de los movimientos indígenas como el pueblo mapuche.

La innovación tecnológica y el recurso de Internet como sistema de comunicación para el cambio social constituyen de esta forma una constante a lo largo y ancho del subcontinente, tal y como prueban algunos informes compilados por la Agencia Latinoamericana de Información desde la década de los noventa. En su estudio “Teoría y práctica de la investigación y la intervención en comunidades y organizaciones sociales”, Eduardo Vizer documenta la proliferación en la última década de numerosos procesos de creatividad y lucha política en el ciberespacio. Del mismo modo, el proyecto “Internet, cultura digital y cultura hegemónica”, del Instituto Gino Germani de la Universidad de Buenos Aires, ilustra cómo Internet es hoy el principal espacio de pugna de los actores políticos en la región, lo que constata significativas transformaciones en las estrategias de intervención política y la constitución de nuevas subjetividades en la generación de identidades colectivas y proyectos transformadores en común.

El rechazo a las jerarquías rígidas y la defensa de la democracia directa en el seno de grupos pequeños y descentralizados constituye en las experiencias documentadas objeto de análisis la esencia y peculiaridad de los movimientos sociales como redes sumergidas en la vida cotidiana. La característica definitoria y denominador común de las diversas experiencias de ciberactivismo es compartir una concepción de la articulación política reticular, ya que como consecuencia de las relaciones cruzadas a todos los niveles, las ac-

tividades de cada uno de los grupos y de los diversos colectivos se desarrollan de manera conjunta compartiendo similares objetivos, dada la exigencia tardocapitalista de transversalidad propia, como vimos con Negri, del modo postfordista de acumulación flexible. En este sentido, podemos definir los movimientos sociales ciberactivistas una “reticulación de redes”. Algo así como un objeto muelle con múltiples fronteras fluidas o poco delimitadas, abierto al cambio y la participación personal de los sujetos, en la definición del saber para la acción y el funcionamiento colectivo con otros grupos sociales. Del mismo modo, todo movimiento social es una malla o red interna no formal de investigación-acción participativa, apoyada en la cultura del grupo y la promoción social de sus miembros como actores protagonistas del cambio social. Por ello, los nuevos movimientos sociales en América Latina fomentan la toma de conciencia comunicacional como aprendizaje colectivo de sus propias posibilidades y recursos, así como de los medios y estrategias enunciativas con que cuentan para la movilización colectiva en pro del proceso de liberación social como una estrategia carnavalesca.

Desde esta lectura, analizar las prácticas de apropiación y uso de las NTIC en la región significa salir de una mirada tecno-centrista y enfocarse en los procesos que se dan entre el medio digital y las personas, siempre tomando en cuenta que el proceso de apropiación está vinculado de forma vital con el cuerpo social y cultural en el cual se desarrolla el medio de comunicación, desde el punto de vista de la cultura cotidiana y las experiencias vivenciales de los sujetos involucrados. De esta forma, el proceso de apropiación o la relación de mediación, como la llama Martín Barbero (1987), está subsumida en la cultura y en las experiencias de las personas. Estas se apropian de los medios para escucharse y reconocerse, un reconocimiento que no es pasivo sino que las transforma. El proceso de apropiación resulta vinculado de forma vital con el cuerpo social y cultural, y es desde esta perspectiva desde la que se legitima el proceso de apropiación. Por este motivo, no es osado sostener que la apropiación se da cuando las personas dan sentido de pertenencia a las herramientas, las valoran y aprenden a usarlas para satisfacer sus necesidades e intereses o de los de su grupo social.

El acto de apropiarse es un acto creativo e intencional de “el que se apropia”, una suerte de autonomía de la acción. No es una concesión de terceros ni impuesta por terceros, ni es concesión previa de lo apropiado (Neuman, 2008), es un proceso en el que los individuos se implican en un proceso de autoformación y auto-comprensión. La capacidad de hacer nuestro implica no sólo la tarea de ensamblar “sino la más arriesgada y fecunda de rediseñar los modelos para que quepa nuestra heterogénea realidad” (Martín Barbero, 2002, p. 17). De esta manera, la herramienta tecnológica se transforma en un objeto relacional y de re-significación de las prácticas diarias de los sujetos involucrados en la experiencia mediática (Rueda Ramos, 2009), generando en el proceso de apropiación y re-codificación de las tecnologías tanto usos diversos como otros nuevos no planteados inicialmente.

En otras palabras, en el uso de la tecnología existe un proceso de adaptación, sustitución y/o rechazo, y sin embargo, de hibridez entre las nuevas tecnologías de información y las viejas tecnologías, entre prácticas residuales y prácticas emergentes. Ejemplo de ello son las luchas de resistencia en defensa de los territorios y los recursos naturales por parte de comunidades campesinas y pueblos indígenas que han emergido como respuesta a las nuevas políticas extractivistas en América Latina y que se caracterizan por el uso creativo de las nuevas tecnologías.

En el modelo de apropiación delineado, se desarrollan determinadas relaciones y vínculos entre el medio y sus usuarios en los cuales se integran aspectos de identificación, de interacción, de proyección, de personalización, de territorialidad y privacidad. Un ejemplo es el caso de los nodos digitales desarrollados por el movimiento mexicano #YoSoy132 (Treré, 2013; Gómez y Treré, 2014), que pusieron en valor los rasgos de una nueva subjetividad, de una nueva ciudadanía dispuesta al diálogo y al debate, a la deliberación y decisión colectiva, con mayor capacidad de autonomía y empoderamiento. La creación de estos nuevos espacios públicos mediáticos también implica la producción de ciberculturas que crean resistencia, transformación o presentan alternativas a las culturas y políticas dominantes, ya sean virtuales o reales.

En esta particular dialéctica, el contexto de producción es el mismo que el contexto de recepción y la horizontalidad de la comunicación entre emisor-receptor da lugar a que la audiencia esté solamente a un paso de poder transformarse en un creador del medio. En suma, las prácticas de apropiación siguen una lógica táctica y no estratégica; se desarrollan en red y se deslizan desde la estructura vertical, es decir que son prácticas que se encuentran determinadas por la ausencia de poder, como la estrategia se encuentra organizada por el principio de poder (De Certeau, 2000). Las tácticas de apropiación de las NITC operadas por estos nuevos sujetos emergentes rehúyen por lo mismo también el poder del conocimiento; las personas que se apropian de la herramienta tecnológica no necesitan apropiarse de todos los códigos de la herramienta tecnológica, sino que se apropian de lo que es necesario en ese momento, en esa circunstancia concreta.

La práctica del *Do It Yourself* (DIY) –hazlo tú mismo– no abarca solamente la dimensión individual, más bien es una práctica puesta en común que, en el fondo, constituye un proceso educacional experimentado y vivido por todos los protagonistas. En estas experiencias el “tú” del DIY se transforma en un “nosotros”, es decir, en la práctica de apropiación se involucran habilidades colectivas y el mencionado DIY se transforma en hagámoslo nosotros mismos (Gravante/Sierra, 2013). La consecuencia es que la práctica mediática, el uso y el significado de los medios digitales en América Latina es el resultado de un conjunto entre los componentes comunitarios –la organización, las reglas y los principios que se refieren al espacio físico y material, etc.– y los elementos de la comunalidad (Díaz Gómez, 2004) –como la existencia espiritual, el código ético e ideológico, la conducta política, social, jurídica, cultural, económica y civil.

Las reflexiones anteriores nos llevan a comprender que el proceso de apropiación de las NITC es un proceso dialéctico por el cual se vinculan las personas y los medios, dentro de un contexto sociocultural, desde los niveles individual, grupal y comunitario. Este proceso de transformación lleva a los protagonistas a reelaborar y redefinir valores, creencias e identidades tomando conciencia de aspectos de la realidad que hasta aquel momento

no habían considerados, al grado de cambiar su percepción de la realidad y actuar en consecuencia. Así, observamos que, en las experiencias latinoamericanas, resulta que a través de las NTIC la ciudadanía proyecta su imaginario social, dando lugar a una propia reelaboración del concepto de práctica política. Por ejemplo, el análisis de las protestas estudiantiles de *los pingüinos* en Chile, del #YoSoy132 en México, han evidenciado cómo el medio ciudadano más que ser un canal de protesta tiene la capacidad de desarrollar propuestas positivas sobre las posibilidades que se pueden dar dentro de una sociedad, siempre y cuando estas propuestas surjan desde la gente y no desde los grupos dominantes. Mientras, los medios ciudadanos desarrollados en los territorios en guerra de Belén de los Andaquíes en Colombia (Rodríguez, 2008) ilustran cómo la comunicación participativa se desarrolla a partir de la ruptura de las narraciones y de las visiones dominantes, y estas últimas son sustituidas por imágenes que simbolizan la práctica cotidiana de las personas, de todo un mundo reprimido y con necesidad de darse a conocer y ser reconocidas.

En definitiva, gracias a la amplia experiencia acumulada desde la década de los sesenta del pasado siglo en materia de comunicación participativa y desarrollo local (Beltrán, 1993), los procesos de empoderamiento en la cultura digital ha llevado a los protagonistas no solamente a pensar en la importancia de disponer de un medio autónomo de comunicación, sino también en reubicar la problemática del poder y de la toma de decisiones, tal y como por ejemplo plantean los movimientos indígenas. De hecho, en el marco de las luchas de los pueblos originarios, se vienen liderando nuevas formas de innovación jurídica y social que han alcanzado reconocimiento político internacional, consolidando así su capacidad de influencia y las propuestas defendidas de nuevos modelos de referencia del buen vivir cuya manifestación más evidente es la organización transnacional del movimiento indígena latinoamericano, amén de los reconocimientos constitucionales, y la propia potencia y capacidad de sus organizaciones de interlocución, que han conseguido romper el cerco mediático y hacerse visibles no sólo en Internet –caso del EZLN o del movimiento mapuche– sino sobre todo en términos políticos al articular desde una perspectiva

regional sus reivindicaciones históricas tal y como demuestra la Coordinadora Andina de Organizaciones Indígenas.

A partir de este tipo de procesos y luchas que han germinado en el subcontinente dando lugar a nuevas ideas, no suficientemente sistematizadas en nuestro campo científico, podríamos afirmar que asistimos a la emergencia de nuevos locus o experiencias de pensamiento e intervención social que, en parte, pueden aportar líneas de desarrollo para la constitución de un nuevo pensamiento comunicológico en la región, al tiempo que una nueva lógica de teorización de la cultura digital y la acción colectiva.

En el actual contexto histórico, la innovación político-social de luchas como la del movimiento indígena latinoamericano proyecta la emergencia de prácticas de comunicación propias y cotidianas, como las asambleas y las mingas de pensamiento y de la palabra a través de la apropiación tecnológica que configuran lo que Arjun Appadurai denomina la dimensión del *trabajo de la imaginación* en la era de la globalización, la imaginación como “un crisol para el trabajo cotidiano de la supervivencia y la reproducción... La imaginación como un hecho popular, social y colectivo... la facultad a través de la cual surgen los modelos colectivos de disensión y de nuevas ideas para la vida colectiva” (Appadurai, 1997:4).

En este sentido, un compromiso estratégico del pensamiento propio sobre las nuevas tecnologías es la recuperación de la memoria colectiva –de las luchas y frentes culturales perdidos o conquistados– la actualización en fin de la historia común, reivindicando la emergencia de las culturas negadas en la modernización latinoamericana. Especialmente en lo que se refiere al debate de los años setenta sobre comunicación y diversidad cultural, las discusiones sobre soberanía y modelos de desarrollo, la exclusión de minorías étnicas y lingüísticas en la comunicación internacional, o las formas de control ideológico y de hegemonía neocolonial que introducen las nuevas tecnologías, hoy deben ser revisadas dando el lugar que no tuvieron a las identidades silenciadas o reprimidas del indigenismo, cuya tradición milenaria debe ocupar una función protagonista en la defensa de una política científica que asuma radicalmente el principio de diversidad cultural.

La incursión de la llamada comunicación alternativa sustentada en la oposición a lo constituido, lo alterno a lo establecido, lo otro distinto a lo institucional en contraposición a los grandes medios, abrió hace décadas una de las ventanas de discusión y aporte más importante al debate de la comunicación desde América Latina y en cierto modo por vez primera visibilizó las culturas indígenas. Hoy los análisis y las investigaciones sobre el tema de comunicación y culturas indígenas aparecen con mayor fuerza en México, Bolivia y Ecuador y se centran en estudiar los procesos de apropiación de tecnologías de la comunicación y la información, desde la radio hasta las tecnologías más recientes, como procesos de reconocimiento cultural. Otra línea de trabajos observan el grado de incidencia y alcance de los discursos mediáticos desde el punto de vista del tratamiento informativo sobre temas indígenas, las formas de inclusión/exclusión e invisibilización de lo étnico, así como la folclorización y exotización de las culturas originarias. Pero en este punto lo que nos interesa es cómo sentar las bases de una *comunicología de la praxis*, esto es, un saber para la acción, una nueva lógica del sentido, que anticipa muchos de los debates contemporáneos, de una historia común conectada, en la emergencia de una *comunicología otra* que en parte favorece los procesos de producción de la cultura digital transmediada y que, de facto, lideran los nuevos movimientos sociales en la región.

El cartógrafo mestizo ha pues de re-mezclar su decir y pensar con estos nuevos actores sumergiéndose en las redes la liberación y esperanza como quizás nunca se hizo antes en la práctica teórica.

Bibliografía

- Appadurai, Arjun, *La globalización y la imaginación en la investigación*, 1997. Disponible en: www.unesco.org/issj/rics160/appaduraispa.html#aa
- Bolaño, César, Mastrini, Guillermo y Sierra, Francisco, *Political Economy, Communication and Knowledge. A Latin American Perspective*. New York, Hampton Press, 2012.
- De Certeau, Michele, *La invención de lo cotidiano. Artes de hacer*.

- México, Universidad Iberoamericana, 2000.
- De Sousa Santos, Boaventura, *Para descolonizar occidente: más allá del pensamiento abismal*. Buenos Aires, CLACSO/Prometeo Libros, 2010a.
- _____. *Refundación del Estado en América Latina: perspectivas desde una epistemología del sur*. Buenos Aires, Antropofagia, 2010b.
- _____. *Epistemologies of the South. Justice against Epistemicide*. Boulder/London, Paradigm Publishers, 2014.
- Díaz Gómez, Floriberto, “Comunidad y comunalidad”. *Diálogos en la acción*, 2, 365-373, 2004.
- Escobar, Arturo, *Una minga para el postdesarrollo: lugar, medio ambiente y movimientos sociales en las transformaciones*. Lima, Programa Democracia y Transformación Global y Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2010. Disponible en: <http://www.unc.edu/~aescobar/text/esp/escobar.2010.UnaMinga.pdf>
- Giddens, Anthony, *Consecuencias de la modernidad*, Madrid, Alianza, 1993.
- Godoy, Cármen Gloria, “Sitios Mapuches en Internet: reimaginando la Identidad” en *Revista Chilena de Antropología Visual*, 3, 2003. Disponible en: <http://www.rchav.cl/imagenes3/imprimir/godoy.pdf>
- Gómez, Rodrigo y Treré, Emiliano, “The #YoSoy132 movement and the struggle for media democratization in Mexico”. *Convergence*. Special Issue “New Media, Global Activism and Politics”, 2014.
- Gravante, Tomasso y Sierra, Francisco, “Latin America Social Media” en KERRIC HARVEY (ED.). *Encyclopedia of Social Media and Politics*, Londres, Sag, 2013.
- Magallanes Blanco, Claudia, “From Chiapas to the World: The EZLN and the Media”. *The Pacific Coast Council on Latin American Studies at California State University*, 28-30 October 1999.
- _____. “Zapatista Media (México)”. In J. DOWNING (ED.), *Encyclopedia of Social Movement Media* (pp. 563-565). Thousand Oaks, California, SAGE, 2011.

- Martín Barbero, Jesús, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago del Chile, Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Melucci, Alberto, “¿Qué hay de nuevo en los nuevos movimientos sociales?” en LARAÑA, E. Y GUSFIELD, J. (ED.). *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid, CIS, 1994.
- Negri, Antonio, y Hardt, M. *Empire*. Cambridge, Harvard University Press, 2000.
- Neuman, Michael, “La apropiación tecnológica como práctica de resistencia y negociación en la globalización”. IX Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación. México, 2008.
- Núñez, Carlos, *Educación para transformar, transformar para educar*. México, IMDEC, 1985.
- Pakman, Marcelo, “Redes: una metáfora para la práctica de intervención social” en Dabas E. y D. Najmanovich. *Redes. El lenguaje de los vínculos: hacia la reconstrucción y el fortalecimiento de la sociedad civil*. Buenos Aires, Paidós, 1995.
- Pol Urrútia, Enric, “La apropiación del espacio”. En Lupicinio, I. y POL, E. (EDS.), *Cognición, representación y apropiación del espacio*. Colección Monografías Psico-Socio-Ambientales, 9, 45-62, 1996.
- _____ “El modelo dual de la apropiación del espacio”. En Mira, R., Sabucedo, J. M. y Romay, J. (EDS.), *Psicología y Medio Ambiente. Aspectos psicosociales, educativos y metodológicos* (pp.123-132). A Coruña, Asociación Galega de Estudios e Investigación Psicosocial, 2002.
- Raschke, Joachin, “Sobre el concepto de movimiento social” en revista *Zona Abierta*; N° 69, Madrid, 1994.
- Revilla, Marisa, “El concepto de movimiento social: acción, identidad y sentido” en revista *Zona Abierta*, N°69, Madrid, 1994.
- Riechmann, Jorge y Fernández Buey, FRANCISCO *Redes que dan libertad*. Barcelona, Paidós, 1994.
- Rodríguez, Clemencia, *Lo que les vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contexto de guerra en Colombia*. Bogotá, C3/FES, 2008.

- Rueda Ramos, Erika, “Los adultos y la apropiación de tecnología. Un primer acercamiento”. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, (4), 329-354, 2009.
- Sierra, Francisco, *Hacia una nueva comunicación política. Ética dialógica y configuración virtual de las redes emergentes. El modelo zapatista como alternativa comunicacional*. Madrid, UNED, 1999.
- _____ “De la articulación y construcción social como problema de la Comunicología. Agenda pública e investigación en Colombia”, en YEILOR Y ESPINEL TORRES. *Entre el optimismo y la incertidumbre. Estudio sobre la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria*. PPDCC (2003-2009). Bogotá, INPAHU, pp. 15-26, 2012.
- _____ “Comunicología del Sur. Hacia una nueva geopolítica del conocimiento”, en *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* Redes.com, N° 10, II Semestre, pp. 8-20 (ISSN: 2255-5919), 2014.
- Subercaseaux, Bernardo, “Reproducción y Apropiación: Dos modelos para enfocar el dialogo intercultural”. En revista *Diálogos de la Comunicación*, (23), 97-102, 1989.
- Tapia, Luis, *Movimientos sociales y conocimiento social en América Latina*. La Paz, Editorial Autodeterminación, 2013.
- Treré, Emiliano, “#YoSoy132: la experiencia de los nuevos movimientos sociales en México y el papel de las redes sociales desde una perspectiva crítica”. *Educación Social. Revista de Intervención Socioeducativa*, 55, pp. 112-12, 2013.
- Yehia, Elena, “Descolonización del conocimiento y la práctica: un encuentro dialógico entre el programa de investigación sobre modernidad/colonialidad/decolonialidad latinoamericanas y la teoría del actor-red”. *Tabula Rasa*, 6, 85-115, 2007.
- Zallo, Ramón, *El mercado de la cultura. Estructura económica y políticas de comunicación*. Bilbao, Gakoa, 1992.
- Zibechi, Raúl, *Autonomías y Emancipaciones. América Latina en movimiento*. Perú, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2007.
- _____ *Territorios en resistencia. Cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas*. Buenos Aires, La vaca, 2008.

EL "DERECHO A LA COMUNICACIÓN": SÍNTOMA DE ANTAGONISMO Y RECUPERACIÓN DE DERECHOS SOCIALES EN EL ACTUAL CICLO POLÍTICO LATINOAMERICANO

Por *Pedro Santander*¹

En el contexto de la lucha contra el neoliberalismo en América Latina, en las últimas dos décadas, ha emergido con fuerza la reivindicación por el *derecho a la comunicación*. Tanto en foros académicos, políticos, gubernamentales y sociales esa expresión ha cobrado vida. Hoy incluso forma parte de algunos textos constitucionales de reciente aprobación, asimismo se ha incorporado a nuevos marcos normativos sobre comunicación promulgados en el continente, y ciertas definiciones de políticas públicas la incluyen. A su vez, agrupaciones de la sociedad civil latinoamericana han reivindicado ese derecho en el marco de su lucha por el pluralismo informativo, la diversidad comunicacional y contra la concentración mediática.

1 Doctor. Docente. Director del Magíster en Comunicación y Periodismo Universidad Católica de Valparaíso y del Observatorio de Medios de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile.

A pesar del uso vigente y reiterado de la expresión, no existe una definición conceptual precisa de la misma. Incluso su empleo lingüístico suele mostrar variaciones, por ejemplo, en el uso de la preposición: algunos hablan del derecho *a* la comunicación, otros del derecho *de* la comunicación, y también del derecho *en* la comunicación. Y si bien aún no se puede identificar un acuerdo conceptual respecto de esta expresión y, por lo tanto, una definición consensuada, sí podemos identificar algunos rasgos contextuales, de naturaleza histórica y política que la sitúan discursivamente, le otorgan valor y la ubican en oposición diferencial con conceptos como libertad de información o de prensa.

Neoliberalismo: el despojo de los derechos sociales

La globalización capitalista en su actual fase neoliberal se caracteriza, entre otros, por producir un desbalance brutal entre capital y trabajo que beneficia, por supuesto, al primero y, en consecuencia, por un sistemático despojo de derechos sociales conquistados a lo largo de décadas de luchas populares. Para ello la receta de privatizar, desregular y recortar gasto social ha sido aplicada estrictamente y de manera exitosa gracias a la alianza entre Estado y capital. Esa aplicación ha sido especialmente rigurosa en los países latinoamericanos, y el golpe de Estado contra el presidente Salvador Allende en 1973 representa una marca histórica en ese sentido. A partir de esa fecha, Milton Friedman y sus Chicago Boy's cuentan con un *laboratorio de laissez-faire* para su *capitalismo del desastre* (Klein, 2010: 79), laboratorio que se impone junto con la Doctrina de Seguridad Nacional en uno de los países más avanzados de la región, en relación con la conquista de derechos sociales, de su sistema sanitario y educacional, implementados en el marco de las políticas desarrollistas de la época. La subsiguiente cadena de golpes de Estado y dictaduras militares en el continente continuaron expandiendo y aplicando dicha trágica senda.

La trenza Estado-capital que se profundizó en esos contextos dictatoriales de los años setenta y ochenta, permitió al mercado

liberarse de regulaciones y de capitales establecidos en las naciones capitalistas débiles de la periferia. Luego de la caída del muro ocurrió lo mismo con los países del Este en la década del noventa y tras la crisis del 2008 esta receta se ha tratado de implementar con fuerza en los países de la periferia europea. Es en ese sentido que David Harvey (2014) considera el neoliberalismo como un proyecto de dominación de clase, con una fuerte dimensión ideológica –donde la comunicación juega un rol central– y diseñado para restaurar y consolidar la clase económica dominante.

En ese marco, hemos presenciado en los últimos años una acelerada dinámica de despojo para acumular en manos de pocos lo que alguna vez fue de muchos, transferir a manos privadas lo que alguna vez fue público o social. Se trata de una lógica completamente contemporánea del capitalismo a la que Harvey (2014) conceptualiza como *acumulación por desposesión*. Con esta denominación quiere hacer notar que la lógica de acumulación originaria (o primitiva) que Marx describió en los orígenes del capitalismo, que fue sangrienta y basada en la depredación, el fraude y la violencia –*El capitalismo viene al mundo chorreando lodo y sangre*–, es una práctica persistente hasta nuestros días, es un proceso en curso y no “primitivo”. Es decir, persiste “la conversión de diversas formas de derechos de propiedad común, colectiva o estatal en derechos exclusivos y la supresión del derecho a los bienes comunes” (Harvey, 2014:40), al costo que sea.

El “rol conjunto del Estado y del capital en la apropiación de bienes comunes” (Harvey, 2014:41) también se manifiesta en el campo comunicacional latinoamericano. A partir del auge del neoconservadurismo de los ochenta comienza una acelerada y completa reconfiguración de dicho campo comunicacional; Guillermo Mastrini y Mariano Mestman (1996) hablan de una re-regulación. A partir de entonces presenciamos la derrota de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que se trataron de ensayar en varios países latinoamericanos en los setenta, así como la ilegalización –y muchas veces persecución– de la comunicación comunitaria, el debilitamiento de los servicios públicos de radiodifusión y, por supuesto, una nueva configuración de la estructura de la propiedad. A partir de entonces sectores antes no vinculados

a lo comunicacional, como el industrial y el financiero, se involucran directamente en el mercado de la comunicación. Todo ello redonda en la actual estructura oligopólica de la industria comunicacional latinoamericana (Becerra y Mastrini, 2009; Reig, 2011) y en una estrecha connivencia entre entes reguladores estatales y los regulados, o sea, entre el Estado y las corporaciones mediáticas (Mastrini y Mestman, 1996). También cabe señalar que muchas de las leyes que regularon o aún regulan el funcionamiento de la industria mediática sudamericana fueron aprobadas durante los regímenes dictatoriales –como en Chile (1982), Uruguay (1977), Brasil (1967), Ecuador (1975) y Argentina (1980)– normativas con las cuales se sentaron las bases de la seguridad jurídica que han protegido a las corporaciones mediáticas.

La resultante concentrada estructura de la propiedad mediática latinoamericana, el débil sistema de medios públicos, la precariedad de la comunicación comunitaria, la relación cómplice Estado-corporaciones mediáticas que desreguló el sector y los ineficaces controles antimonopólicos, la ausencia de políticas públicas de comunicación, etc. han tenido varias consecuencias. Una de ellas es que la lógica comercial se convierte en la dinámica central del campo, asimismo, que las legislaciones respectivas comprendan la actividad comunicacional fundamentalmente como una actividad tecnológica-comercial, consiguientemente, las audiencias se entienden como consumidores y actores pasivos de los procesos comunicacionales. Además, la concentración económica produce una concentración discursiva, es decir, se produce en nuestro continente lo que organismos internacionales como las Naciones Unidas (2000), la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2008) han advertido por años: clausura discursiva y uniformidad informativa.

La ola anti-neoliberal en América Latina: recuperación de antiguos y emergencia de nuevos derechos sociales

Es con esta configuración neoliberal del campo comunicacional con la que se encuentran los movimientos sociales y los gobiernos latinoamericanos que en las últimas dos décadas han sido los protagonistas del quiebre del ciclo neoliberal en la región, del llamado *giro a la izquierda* del continente.

Bastante se ha escrito ya sobre la ola anti-neoliberal que empieza a visibilizarse explosivamente en América Latina a partir del Caracazo de 1988 –cuando se comienzan a implementar las políticas del Consenso de Washington en Venezuela– y del alzamiento zapatista de 1994 –cuando México firma el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos–. Agreguemos nada más que esta ola pasa a una etapa cualitativamente superior tras la victoria del Presidente Hugo Chávez en 1998, se fortalece en cada uno de sus siguientes 16 triunfos electorales y se consolida también con cada una de las sucesivas victorias de otros gobiernos latinoamericanos progresistas y de izquierda. Lo que hemos presenciado en el continente en este tiempo es la activación de grandes luchas sociales y populares, lo que algunos llaman una *emergencia plebeya* (Gaudichaud, 2014) que permite el inicio de un ciclo antineoliberal y una reorientación progresista en lo institucional-electoral. Al conceptualizar esta tendencia, algunos autores hablan del *giro a la izquierda del continente*, otros del *continente de izquierda* (Avilés, 2012; Borón, 2008; Sader, 2009). Si bien se trata de expresiones discutibles, es indiscutible que se han configurado nuevas relaciones de fuerza, tanto políticas como geopolíticas en el continente que, entre otros, permiten la derrota del proyecto imperialista del ALCA en 2005, promueven procesos constituyentes, renacionalizan los recursos estratégicos, resitúan al Estado desde su rol de subsidiariedad a un rol de agente activo y, para el caso que nos interesa, motivan la discusión acerca del rol social de los medios y acerca de la importancia de democratizar la comunicación para democratizar la sociedad.

Esta dinámica de resistencia antineoliberal, impulsada en sus inicios sobre todo por movimientos sociales, implica un verdade-

ro *asalto electoral* de carácter continental que permite desplazar en varios países de América a los tradicionales representantes políticos de la oligarquía en los gobiernos y sustituirlos por otros que no están dispuestos a seguir a ciegas las recetas del Consenso de Washington, ni establecer alianzas geopolíticas con el imperialismo. Las nuevas fuerzas políticas y sociales que –como en Argentina, Venezuela, Uruguay, Bolivia, Ecuador, entre otros– lograron conquistar los gobiernos, mostraron a lo largo de su lucha una novedosa y creativa combinación de estrategias exteriores e interiores al sistema político para acumular fuerza, posiciones y en ocasiones derrumbar los pactos políticos y el sistema tradicional de partidos que sustentaba el neoliberalismo. En un sentido gramsciano, se ha ido conformado un liderazgo político e intelectual alternativo, un nuevo bloque regional. Para el caso de Bolivia, por ejemplo, Álvaro García Linera (2008:400) postula la configuración de un nuevo bloque de poder que ha provocado el repliegue del antiguo, “estamos ante un nuevo sistema político donde se están reconfigurando cinco aspectos: las características clasistas y culturales del nuevo bloque de poder estatal; las nuevas fuerzas políticas duraderas en el país, los nuevos liderazgos generacionales, la distribución territorial del poder estatal y, por supuesto, el nuevo sistema de ideas antagonizables a mediano y corto plazo”.

Este escenario de contundentes y sucesivas victorias electorales, de aparición de figuras presidenciales carismáticas como Lula, Chávez, Evo, Kirchner o Correa, de reconfiguración del sistema de partidos, es también un escenario de recuperación de derechos fundamentales de los cuales el neoliberalismo nos había desposeído, y de aparición y validación de nuevos derechos. Respecto de estos últimos, mencionemos algunos nunca antes contemplados en nuestra institucionalidad, como el derecho a revocar autoridades que incorporan las constituciones de Venezuela y de Bolivia, el reconocimiento de los derechos de la naturaleza –que conecta con usos y costumbres ancestrales– o, para el caso que nos ocupa, la validación del *derecho a la comunicación*. Es decir, estas dinámicas democratizadoras que antagonizan con las fuerzas socio-económicas del neoliberalismo no sólo frenan y en ocasiones revierten el despojo de derechos sociales, sino que además, producto

del antagonismo y de las contradicciones creativas que surgen al calor de los procesos de cambio (García Linera, 2014), demandan nuevos derechos que den cuenta de la nueva correlación de fuerzas y de las conquistas que ésta posibilita. De este modo, y de manera dialéctica, el proceso de desposesión de derechos que sufrió nuestro continente generó una resistencia tal que derechos que estaban fuera de todo horizonte hoy forman parte de leyes y de constituciones.

Antagonismo medios-fuerzas progresistas: hacia nuevas políticas públicas de comunicación

Sin embargo y a pesar de las nuevas correlaciones de fuerza de las últimas dos décadas que han permitido en varios países desplazar a las oligarquías del poder ejecutivo, así como una mayor democratización económica y política, apenas han logrado cambiar la relación medios-Estado construida en las décadas dictatoriales y neoliberales de los ochenta y noventa.

De este modo, las nuevas fuerzas políticas y los gobiernos progresistas latinoamericanos se encuentran con un campo comunicacional hiper concentrado, con un mercado comunicacional dominado por pocos grupos con una clara tendencia ideológica, un sistema de medios con escasas regulaciones y, por lo mismo, altos grados de autonomía frente al Estado y al gobierno, con ausencia de límites a la propiedades cruzada y vertical, y la presencia activa del sector financiero y de las transnacionales en la estructura de propiedad. A su vez, el sistema de medios, ideológicamente afín a las fuerzas neoliberales, provee una estructura de re-organización y retaguardia para las tradicionales fuerzas políticas de derecha que como en Venezuela, Bolivia, Uruguay, Brasil o Argentina sufren importantes caídas electorales y acusan falta de liderazgos carismáticos. Es decir, la estructura de medios acoge a la dañada estructura política del bloque que representaba los intereses del capital en los espacios institucionales (Santander, 2014). En este escenario, los principales medios comienzan a ejercer en la última década “la dirección política e ideológica de la derecha la-

tinoamericana” (Sader, 2009: 69) y se convierten en el lugar desde el cual actúan los intelectuales orgánicos de la oligarquía.

Y entonces, a la hora de gobernar y de impulsar medidas cuestionadoras de la ortodoxia neoliberal los nuevos gobiernos enfrenta una férrea y permanente oposición de los principales medios, tanto escritos, radiales como audiovisuales. En ese sentido, si bien es cierto que los países latinoamericanos muestran diferencias en las intensidades con las cuales se oponen al recetario neoliberal (Correa, 2008; Ellner, 2012; Katz, 2012), también lo es que tienen en común la experiencia de fortísimas tensiones con las corporaciones mediáticas. Esta tensión es doble: por un lado, los medios se han convertido en los principales opositores políticos de los gobiernos, y, por otro, la concentrada estructura de propiedad de la industria dificulta la exposición y circulación de discursos que representen la base electoral y política del nuevo oficialismo. En ese sentido, a pesar de los triunfos electorales, los discursos mediales hegemónicos siguen siendo los de la oposición de derecha. Además, gracias al alto consumo mediático de la población, esa derecha tiene asegurado un contacto diario con una audiencia masiva a través de sus medios. Es decir, si bien tiene hoy menos fuerza electoral, sigue intacta su capacidad de llegada a una amplia audiencia². Y en lógica de mercado, audiencias masivas atraen avisaje y publicidad, es decir, recursos económicos. En efecto, el campo comunicacional ha adquirido creciente peso económico, el año 2004, por ejemplo, la importancia económica de este sector se aproximaba, en promedio, a un 5% del PIB del conjunto de los países latinoamericanos (Becerra y Mastrini, 2009).

2 En América Latina la penetración de Internet es aún limitada, aunque creciente. De acuerdo a los datos provistos por Internet World Stats (dic. 2011), el promedio de penetración es del 32.1 % de su población. Los países con mayor acceso a la red son Argentina (50.4%), Chile (48.9%) y Colombia (47.6). Los países mencionados en este artículo tienen aún menores tasas de penetración: Uruguay (38.3%); Brasil (36.2%); Venezuela (33%); Ecuador (12.6%); Bolivia (10.7%)

Se trata pues de un panorama en extremo complicado para las fuerzas políticas que asumen los nuevos gobiernos planteando y prometiendo cambios al neoliberalismo, pues se encuentran con una estructura mediática que es consecuencia de la estructura económica del capitalismo neoliberal, por lo tanto, proponer reformas a las bases económicas y políticas del modelo, significa inevitablemente chocar con su sistema mediático, tomando palabras de Marx, “con sus medios de producción mental”. Además, a medida que se consolidan los gobiernos y pasan a etapas de cambios más profundos, el antagonismo con el sistema de medios también se profundiza. Por lo mismo, intentos iniciales de convivencia, como los que mantuvo el presidente Chávez con el diario *El Nacional* o el presidente Kirchner con *Clarín*, fueron de corta duración.

Se genera de este modo lo que podemos llamar un contexto de explícita lucha político-comunicacional entre los bloques, donde se juega, entre otros, la validación y consolidación de lo que García Linera (2008:400) denomina “el nuevo sistema de ideas antagonizables a mediano y corto plazo”. Esto sucede a escala continental, pues en todos los países latinoamericanos, sin excepción, en los cuales se plantean y aplican medidas cuestionadoras del recetario neoliberal aparece este antagonismo. Las reacciones buscando resolverlo son, asimismo continentales, en ese sentido, podemos hablar de un *alineamiento regional* (Santander, 2014) en la lucha político comunicacional de la sociedad civil y política que se enfrenta a las corporaciones mediáticas.

Una de las primeras reacciones visibles es que líderes políticos de América Latina, encabezados por los y las jefes/as de Estado, comienzan a cuestionar públicamente, en diversos foros y de manera persistente los discursos mediáticos. Se rompe así con un panorama donde lo común solía ser que la mayoría de los presidentes coincidieran en sus perspectivas políticas con la de los medios hegemónicos y los dueños de las corporaciones. Rara vez se oían cuestionamientos presidenciales a la línea editorial de los medios, más bien veíamos una –aparente– neutralidad al respecto, neutralidad que muchas veces ocultaba una alianza ideológica entre el campo político y el campo mediático. En contras-

te, en los países latinoamericanos que nos ocupan las máximas autoridades políticas, partiendo por los y las presidentes/as, lejos de guardar neutralidad han asumido en los últimos años un rol discursivo protagónico en la pugna político-comunicacional, rol que ha hecho trizas el sentido común prevaleciente respecto de la objetividad periodística y de su rol como *cuarto poder*.

Asimismo, y en el marco del alineamiento regional que planteamos, en varios países se ha optado por la creación de canales de comunicación directa entre los gobiernos y el pueblo, que sean independientes de las corporaciones, que permitan saltarse su intermediación y que aun así permitan llegar masivamente a la audiencia (Kitzberger, 2012). En esa línea se insertan medidas como el uso –cuestionable– de las cadenas presidenciales; la iniciativa de los gabinetes itinerantes, cada una de cuyas realizaciones significa un evento comunicativo de alto impacto para la zona respectiva; el fortalecimiento de los sistemas públicos de televisión y radio; el fortalecimiento de la comunicación comunitaria; el uso de otros formatos comunicacionales, por ejemplo, en enero de 2015 se lanzó una radionovela de 40 capítulos acerca de la vida del presidente Morales –en lengua aimara, quechua, guaraní y español–; la preparación de comunicadores populares; la circulación de nuevos medios escritos –tanto diarios como revistas–, así como la creación de nuevas casas y políticas editoriales que han permitido bajar el costo de libros, aumentar su circulación y los índices de lectoría, etc.

A su vez, bajo la convicción de que las estructuras monocéntricas (Sartori, 2003) que caracterizan el campo comunicacional de nuestros países constituyen un serio peligro para la calidad de las democracias y que la homogeneidad discursiva y la falta de pluralismo informativo es producto de las bases jurídicas que aseguraron legalmente dicha falta de competencia, se comienza a revisar y discutir la regulación comunicacional y las leyes de medios. Así, a partir de la década del 2000 comenzamos a presenciar en el continente “operaciones simultáneas de producción de nuevas regulaciones” (Becerra, 2011:12). De este modo, se incursiona en un terreno vedado hasta entonces: la seguridad jurídica del concentrado sistema comercial de medios. Esto implica pensar nuevas políticas de comunicación, acordes al contexto socio-político descrito.

El antagonismo con los medios también se expresa en la sociedad civil y genera reacciones. Diversas organizaciones, en diversos países del continente han protagonizado en las últimas décadas cuestionamientos políticos a las corporaciones mediales e impulsado diversas iniciativas político-comunicacionales para democratizar el campo. Algunas de éstas, como la Coalición por la Radiodifusión Democrática (Argentina), el Foro de la Comunicación o el Colectivo Ciudadano por los Derechos de la Comunicación (Ecuador) o colectivos sociales uruguayos jugaron un papel importante al proporcionar sustento político y jurídico a las nuevas leyes que se aprueban en esas naciones y que, en mayor o menor medida, se basan en demandas y planteamientos formulados previamente por la sociedad civil. Destaca en esta línea también la I Conferencia Nacional de Comunicación (CONFECOM) realizada el 2009 en Brasil, que fue antecedida por asambleas en todo el país en las cuales más de diez mil personas discutieron en torno a la comunicación, los medios brasileños y la necesidad de una nueva política de comunicación (Lemos, 2010). Aun en países donde la discusión está menos avanzada, entre otros, porque los gobiernos no han mostrados voluntad política por impulsarla, organizaciones sociales como la Plataforma por la Democratización de la Comunicación (Colombia), el Movimiento Social por el Derecho a la Comunicación (Costa Rica) o la Asamblea por la Democratización de las Comunicaciones (Chile) han seguido ese camino que demanda nuevas políticas públicas de comunicación en sus países.

El derecho a la comunicación: texto y contexto

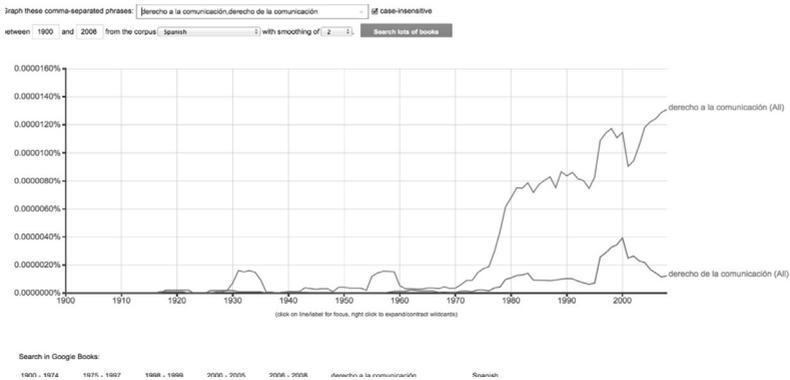
En este contexto de lucha político-comunicacional, de antagonismo entre corporaciones mediáticas y fuerzas progresistas es que aparece con fuerza en el continente el concepto y la demanda por el *derecho a la comunicación*. Emerge en el marco de procesos participativos de discusión acerca del rol de los medios y de la comunicación en los sistemas democráticos. Podríamos, por lo mismo, calificar el concepto como un *signo-síntoma* que refleja, a su modo, las contradicciones de esta etapa política y que, a su vez,

da cuenta de una correlación de fuerza existente que implica un antagonismo con concepciones liberales clásicas como las de libertad de expresión o libertad de información. Estas concepciones resultan insatisfactorias para las nuevas fuerzas políticas que protagonizan el escenario de lucha político-comunicacional. De este modo, el nuevo contexto demanda su concepto, su signo, en tanto una realidad objetiva del campo comunicacional, conformada por la clausura discursiva y la concentración de la propiedad, no es cuestionada ni menos alterada por los actores que con el tiempo se habían erigido como defensores de la libertad de expresión y de prensa: las propias corporaciones mediáticas.

Y si bien los defensores de uno y de otro lado coinciden en sus discursos públicos que es necesario democratizar la sociedad a través de la democratización de la comunicación y que, por lo mismo, no es posible democratizar lo social si no se democratiza lo comunicacional, se diferencian completamente en su comprensión de lo comunicacional –y de seguro también de la democracia–. Para unos el énfasis está puesto en la plena libertad de los medios para informar a la sociedad sin coacciones estatales, a través de sus canales y mediante sus profesionales –quienes gozan de un acceso privilegiado–; se equipara así la relación de la comunicación con lo social con la relación de los medios con la audiencia. Para los defensores del derecho a la comunicación, la libertad de expresión e información no se agota solamente con el reconocimiento teórico de que uno puede expresarse individualmente o acceder a información, se plantea también la demanda central del acceso igualitario a los medios a través de los cuales este derecho se podría ejercer y materializar, es decir, en base al carácter social de este derecho, se insiste en las condiciones materiales necesarias –por ejemplo, garantizando diversidad en los tipos de medios y en los tipos de propiedad medial– para garantizar que todos y todas, no sólo los dueños y los profesionales de los medios comerciales, tengamos acceso a canales de comunicación y a poner en circulación pluralidad de puntos de vista (Gómez, 2015).

En el contexto de ese antagonismo en muchos países de América Latina fuerzas políticas y sociales están planteando en la última década una revisión de los marcos legales bajo la convicción

de que la comunicación, además de una tecnología, un negocio y una mercancía, es un *derecho social*. Al existir esa comprensión se llega también a la convicción política de que se necesita revisar la regulación y las políticas públicas de comunicación que, sobre el fundamento neoliberal que las sostienen, no vinculan la libertad de expresión e información con el derecho a la comunicación.



Y aunque esta discusión y demanda es completamente contemporánea, como muestra el gráfico de *Google Ngram Viewer*³, las expresiones *derecho a la comunicación* y *derecho de la comunicación* ya aparecen en libros de principios del siglo pasado, los que se refieren fundamentalmente a la situación producida por la aparición y uso masivo de la radio. También se observa que la expresión *derecho a la comunicación* tiene un rango de aparición bastante mayor que la de *derecho de la comunicación*, desplazando prácticamente a

3 Se trata de una herramienta de *Google* que permite comparar la frecuencia de aparición de palabras que aparecen en los más de cinco millones de libros publicados entre 1500 y 2008 y que están contenidos en *Google Books*. Eso supone poder hacer la comparación entre unos 500 mil millones de palabras en inglés, francés, español, alemán, chino y ruso.

ésta última. Asimismo vemos que a partir de mediados de la década del setenta se dispara su uso y sigue creciendo, hasta el 2008, año en que esta herramienta permite mediciones.

Uno de los *peaks* de la curva azul (años 1980-1981) coincide con la discusión que sostuvo la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación de las Naciones Unidas en esa época. El informe final cuyo título es “Un solo Mundo, Voces Múltiples”, más conocido como el “Informe MacBride”, se presentó al director general de la UNESCO en 1980. Se trata sin duda de un documento histórico que aborda la relación entre democracia y comunicación desde una perspectiva histórica, política y sociológica. En algunas páginas el informe usa con prevenciones las expresiones en cuestión, también ofrece bases conceptuales para el actual entendimiento del derecho a la comunicación y da cuenta del antagonismo entre derechos existentes y derechos por conquistar, en el ámbito de lo comunicacional; afirma, por ejemplo:

El hincapié exagerado que se hace en el derecho a recibir información [...] ha reducido a menudo el problema de la libre corriente de la información a la defensa de los medios masivos frente a la interferencia oficial. Limitando el concepto de esta forma, los centros de poder de las comunicaciones tienen la posibilidad de violar los derechos de los individuos (MacBride y otros, 1993: 115).

Y un poco más adelante, agrega:

El principio de libre acceso ha conducido a un desequilibrio de facto, conocido como corriente en un solo sentido: a nivel nacional, la información fluye desde arriba hacia el público, a nivel internacional, fluye desde quienes tienen mayores medios tecnológicos a quienes tienen menos, y de los países más grandes a los más pequeños (McCbride y otros, 1993: 123).

En cuanto al concepto mismo que estamos discutiendo, en términos lingüísticos en varias partes del informe no se nominaliza la expresión, sino que, otorgándole un sentido menos abstracto –y menos jurídico–, y se opta por el uso reflexivo del verbo en el sintagma hablándose de *el derecho a comunicarse* (MacBride y otros, 1993:148). Eso sí, se lo entiende como algo más que el derecho a recibir información –que, como decíamos más arriba, es el entendimiento de las visiones liberales–, como un derecho que quiere superar la corriente informacional unidireccional, se destaca como “una corriente de dos sentidos, de libre intercambio, acceso y participación en las comunicaciones, más allá de los principios adoptados hasta ahora por la comunidad internacional” (MacBride y otros, 1993:148). Es interesante y muy coherente, en ese sentido, la opción por el uso lingüístico del reflexivo (*comunicarse*), pues el reflexivo como forma verbal siempre indica una acción que recae sobre el mismo sujeto que realiza la acción, es decir, una mezcla de una acción llevada a cabo por uno y sobre uno, es decir, una corriente de doble flujo.

Cuando el informe emplea la noción precisa de *derecho a la comunicación*, se lo reconoce como un derecho necesario, pero que en términos de su definición conceptual “no recibe todavía su contenido pleno y su formulación final. Lejos de ser un principio bien establecido como algunos sostienen, todavía está por explorarse sus implicaciones plenas. Una vez que se haga esto, la comunidad internacional tendrá que decidir cuál es el valor intrínseco de este concepto. Entonces reconocerá, o dejará de reconocer, que se debe añadir un nuevo derecho humano a los que ya han sido declarados” (MacBride y otros, 1993:150). Como vemos, hay un acercamiento paradigmático distinto a lo comunicacional e informacional, en tanto se resitúa la libertad de información vinculándola con los derechos humanos y haciéndola extensible también a la población en general.

Un nuevo texto para un antiguo contexto y un nuevo derecho para resarcir el despojo

En las últimas dos décadas, gran parte de las luchas político-sociales por el derecho a la comunicación —o en contra de éste— han tenido por objetivo modificar textos legales —o impedir su modificación, muchos de ellos aprobados durante las dictaduras militares. Estos procesos de revisión normativa han suscitado intensos debates, conflictos políticos y movilizaciones sociales, todo lo cual ha sido ampliamente difundido y representado por las corporaciones mediáticas planetarias. Estas representaciones califican mayoritariamente las iniciativas de los gobiernos latinoamericanos como intentos por controlar autoritariamente a los medios de comunicación, cuestionando, de paso, la calidad de sus democracias. Países como Argentina, Uruguay, Bolivia, Venezuela y Ecuador han aprobado nuevas leyes y han advertido al mundo acerca del “déficit democrático” que podrían experimentar otros países como El Salvador, Brasil y Costa Rica, donde se ha evidenciado voluntad política de revisar la normativa comunicacional⁴.

No sería la primera vez que observásemos casos en la historia que nos muestran que en ciertos contextos históricos la modificación de leyes simples es mucho más resistida por los grupos de poder que, por ejemplo, un cambio constitucional. Esto sucede cuando se considera que las modificaciones legales pueden significar una incidencia global sobre el campo del poder (Bourdieu, 1997). Al respecto Roberto Gargarella (2010) señala que cambios jurídicos pueden, efectivamente, tener efectos en la estructura de poderes de

4 Cabe señalar que en Brasil el Senado aprobó el 2014 y en respuesta al espionaje estadounidense ejercido sobre el gobierno de Dilma Rousseff, el “Marco Civil de Internet”. Se trata de una de las pocas leyes en el mundo en el campo de la “gobernanza de Internet” que crea mecanismos para proteger al usuario y que garantiza la inviolabilidad de la intimidad, de la vida privada y de la confidencialidad del flujo y de las comunicaciones privadas amenazadas actualmente en la red (Barbosa y Ekman, 2014).

una sociedad. Porque modificar disposiciones legales que regulan la estructura mediática o la relación entre comunicación y comunidad en una nación no es una cuestión inocua. Por ejemplo, una estructura medial cerrada y concentrada tanto en su propiedad como en lo discursivo, establece un contacto con la audiencia distinta a una menos concentrada y más pluralista. El proceso comunicativo puede ser más lineal –de un solo flujo, como denunciaba el Informe MacBride– y conceptualizar los receptores, a la vez, como espectadores pasivos y consumidores activos, o, por el contrario, ser menos asimétrico, de doble corriente, y hacer esfuerzos por involucrar al público en dicho proceso. En ese sentido, sostenemos que cuando se norma la regulación jurídica de los medios de comunicación y de lo comunicacional en un país, se configura, a su vez, la relación entre comunicación y sociedad, por lo mismo, la calidad de la democracia.

Las nuevas legislaciones, impulsadas por las fuerzas antineoliberales latinoamericanas, avanzan siguiendo el espíritu y la voluntad del Informe de la UNESCO. Es decir, aunque no siempre mencionan de manera explícita la noción del “derecho a la comunicación”, su espíritu sí concibe la comunicación bajo un paradigma distinto al liberal clásico. En ese sentido, hay una comprensión generalizada de que la comunicación es un derecho humano y que, por lo tanto, se necesita actualizar la normativa; de que la libertad de expresión además de ser un derecho individual, y la libertad de información, además de ser un derecho de una vía –de los medios hacia las audiencias–, son derechos de doble flujo, derechos colectivos y también derechos sociales de quienes no tenemos medios.

En ese sentido, algunas nuevas constituciones de países latinoamericanos, aprobadas en el marco de procesos constituyentes recientes, consideran explícitamente el derecho a la comunicación. La constitución política de Ecuador (2008), por ejemplo, incorpora esta noción y señala en su artículo 384 que: “El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana”. Este artículo sirvió posteriormente de base para la exposición de motivos que fundamentan la Ley Orgánica de Comunicación Ciudadana aprobada el 2013.

Igualmente, la nueva constitución de Bolivia (2009) lo menciona en su artículo 106, inciso primero: “El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información”; y su inciso segundo dice: “El Estado garantiza a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información”. Como vemos, en ambos casos se distingue claramente este derecho de los derechos liberales clásicos que hasta ahora contemplaban exclusivamente los cuerpos normativos.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Uruguay, aprobada en diciembre de 2014, que viene a superar la de 1977, y que es también conocida como “ley de medios de Uruguay” –aunque no regula ni la prensa escrita, ni Internet–, opta por usar la expresión “derechos en la comunicación”. Su capítulo VI se denomina “Procedimientos para hacer exigibles los derechos de las personas en la comunicación” y tanto su artículo 43 como el 44 describen acciones de protección de los “derechos en la comunicación”. La Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador habla explícitamente de este derecho, tanto en su exposición de motivos, como en diversos artículos, por ejemplo, en el Artículo 12 describe que el “Principio de democratización de la comunicación y la información”; a su vez, el capítulo II de la ley se titula “Derechos a la Comunicación”; el Artículo 36 garantiza el “derecho a la comunicación intercultural” y el artículo 38 otorga a la ciudadanía el derecho a “incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación”. Por su parte, la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación de Bolivia –aprobada en 2011–, reconoce en su primer artículo el derecho a la comunicación como un derecho humano, al señalar que, “en procura del vivir bien”, esta ley tiene por objeto garantizar “el derecho humano individual y colectivo a la comunicación”. La conocida ley argentina (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual), sólo una vez menciona este derecho, lo hace en una nota referida a los Artículos 4º y 7º, donde señala que “consciente de los nobles principios de la libre difusión de la información y que el derecho a la comunicación es un derecho básico de la comunidad recomienda: a los Estados parte que faciliten la libre

difusión de información por los servicios de telecomunicaciones”. Finalmente, la legislación venezolana señala explícitamente en su Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2005), más conocida como Ley Resorte, que “son derechos de los usuarios y usuarias promover y defender los derechos e intereses comunicacionales, de forma individual, colectiva o difusa ante las instancias administrativas correspondientes” (Artículo 12). Además, la Ley Orgánica de Telecomunicaciones de ese país manifiesta en su Artículo 2° que uno de los objetivos de esta ley es “Promover y coadyuvar el ejercicio del derecho de las personas a establecer medios de radiodifusión sonora y televisión abierta comunitarias de servicio público sin fines de lucro, para el ejercicio del derecho a la comunicación libre y plural”.

Pero más allá de cuántas veces se use o no la expresión del *derecho a la comunicación* en las nuevas leyes de los países latinoamericanos, consideramos mucho más importante que el espíritu de todas ellas coincide con el Informe MacBride en algo esencial: la necesidad de sentar las bases jurídicas para modificar la asimetría que caracteriza los procesos de comunicación social modernos en los cuales hay un polo –el de los medios comerciales– que actúa como emisor privilegiado y, producto de la concentración oligopólica, controlador único del alcance, de la oportunidad y de la perspectiva de los flujos discursivos que circulan masivamente, y un polo de receptores sin mayor incidencia sobre esos aspectos de la comunicación social.

En ese sentido, y para modificar dicho flujo comunicativo unidireccional, estas leyes –además de coincidir todas en su carácter antimonopólico, en terminar con la discriminación regulatoria que afectaba a medios comunitarios y públicos y en reivindicar la acción positiva del Estado –ver, por ejemplo, Artículo 51° de la ley uruguaya o Artículo 86 de la ecuatoriana– conceptualizan a la audiencia y a los usuarios de la comunicación como sujetos activos y con derechos para participar activamente de los procesos de comunicación social. En ese sentido, se contemplan mecanismos de incidencia efectiva para la ciudadanía sobre la implementación de las políticas públicas de comunicación. La ley ecuatoriana, por ejemplo, incorpora el “Principio de Participación Ciudadana”; la uruguaya contempla expresamente el “Derecho a la participación ciudadana”; la boliviana dedica un ca-

pítulo entero a la “Participación y Control Social” de la sociedad civil organizada “en las políticas públicas de telecomunicaciones, tecnologías de la información y comunicación”. La ley Resorte de Venezuela también trata en un capítulo entero la “Democratización y Participación” de los usuarios y usuarias en los procesos comunicacionales.

Son diversos los mecanismos específicos que permiten operativizar dicha participación efectiva de la ciudadanía en lo comunicacional. Muchas leyes –como la ecuatoriana, la argentina, la uruguaya– contemplan una defensoría de la audiencia, otras como la boliviana promueven el “control social” sobre la comunicación (Artículo110), la venezolana permite a la ciudadanía “participar en el proceso de formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas” (Artículo.12). Tal vez las iniciativas en esta dirección que más sorprenden por su novedad en Latinoamérica son las “audiencias públicas” contempladas tanto en la normativa uruguaya (Artículo123) como en la argentina (Artículo.40), para renovar concesiones del espectro radioeléctrico.

La ley uruguaya (con destacados nuestros) señala que “el Consejo de Comunicación Audiovisual realizará un proceso de consulta pública cuyo alcance y características se determinarán por la reglamentación que se dicte oportunamente, *el que podrá incluir una audiencia pública*, preferentemente en la localidad donde se realice el llamado. Las opiniones recogidas en estas consultas podrán ser tomadas en consideración para la evaluación de los postulantes, *sin que tengan carácter vinculante*”. La argentina, en tanto, dicta que “las licencias serán susceptibles de prórroga por única vez, por un plazo de *diez* años, *previa celebración de audiencia pública* realizada en la localidad donde se preste el servicio, de acuerdo a los principios generales del derecho público en dicha materia”. Comparativamente, la segunda es más taxativa que la primera, en tanto la uruguaya emplea un forma verbal modalizante (*podrá incluir*) lo que deontológicamente hace que la realización de la audiencia no resulte obligatoria, sino una posibilidad. En cambio, el art.40 de la ley argentina establece la obligatoriedad de la audiencia pública, en la cual la comunidad se pronunciará acerca del servicio que ha recibido ya sea de una estación televisiva o radial que quiera prorrogar su licencia. “Este mecanismo está inspirado en la legislación

canadiense, al tomar al pie de la letra el hecho de que el espectro es patrimonio público de la humanidad, administrado por el Estado, y que no tiene dueño”⁵.

Palabras finales

Tal como señala Armand Mattelart (2005), en el marco de la larga lucha por la democratización de la comunicación, hoy “han vuelto a la superficie las reivindicaciones por el derecho a la comunicación”, y América Latina ha jugado un papel clave en ello. Y si bien es cierto que, tal como hemos mencionado a lo largo de estas páginas, el Informe MacBride es un texto fundante y que ha servido de inspiración para muchos de los planteamientos señalados, no menos cierto es que en nuestro continente americano también encontramos una rica tradición en esta área. Nos referimos al pensamiento comunicacional latinoamericano de la década del setenta, lo que Marques de Melo denomina “el paradigma latinoamericano en los estudios de comunicación” que, con inspiración crítica y basada en los postulados cristiano-marxistas de Freire (1969; 1970), como también de Mattelart (1973) y Matterlart y Dorfmann (1973), se opone a la visión anglo-americana, funcionalista y normativa de la comunicación (Badillo y otros, 2013; de Melo, 2004). Dicho pensamiento latinoamericano tiene en común la búsqueda de una conexión permanente entre la producción teórica y la praxis, con el fin de influir en las políticas de comunicación de los países y de estimular la comunicación comunitaria y participativa.

Junto a las propuestas del Informe MacBride, los postulados críticos de esa tradición del pensamiento comunicacional latinoamericano han orientado las demandas actuales por otras políticas públicas

5 Entrevista personal a Gustavo Bulla, ex presidente de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, Buenos Aires, 11 de abril de 2012.

de comunicación y dan sustento al interrogante de ¿para qué hablar del derecho a la comunicación si existe el derecho a la libertad de expresión, de información y de prensa? Tal como estas propuestas advirtieron décadas atrás, la existencia de esos múltiples derecho liberales no han permitido la democratización de la comunicación.

Con los triunfos de gobiernos que han demostrado voluntad política por regular un poder que no quiere ser regulado –el de las corporaciones mediáticas– esta reivindicación por una relación entre comunicación y sociedad diferente, ha encontrado el momento adecuado para su discusión ciudadana y para su implementación legal.

Presenciamos así un activismo político-social por una nueva comunicación bajo la demanda del “derecho a la comunicación”, derecho que ha emergido en virtud de la necesidad de garantizar a todas las personas no sólo el acceso a la información, sino también la posibilidad de producirla y convertirla en conocimiento, de tener un acceso equitativo a lo comunicacional, de participar y tener cierta incidencia sobre la comunicación social. De este modo, esta expresión forma hoy parte de las nuevas síntesis políticas que han ocurrido en América Latina desde que se logró romper el ciclo neoliberal, y que, entre otros, tienen la particularidad de recuperar derechos sociales y de garantizar nuevos, gracias a la movilización y politización ciudadana. En esa línea, el “derecho a la comunicación” es hoy postulado por algunos como un “derecho emergente”, en términos jurídicos (Saffón, 2007).

Y es cierto que a pesar de todo lo dicho la expresión “derecho a la comunicación” demanda aún una definición conceptual precisa, pero hay algunas cosas ya establecidas que facilitarán esa tarea teórica: filosóficamente es un derecho que parte del entendido que la libertad de expresión e información no pueden ser privilegios exclusivos de los dueños de medios y de los profesionales que en ellos trabajan, ni tampoco un derecho individual, sino un derecho humano que involucra a la ciudadanía; políticamente, por lo tanto, implica un salto desde la mirada liberal e individualista en los que se basan los derechos de libertad de expresión, de prensa y de información, a una mirada fundada en la necesidad de garantizar el acceso equitativo a las personas para la materialización de valores democráticos que permitan democratizar, a su vez, la

sociedad (Saffón, 2007). Se trata, además, de una expresión que da cuenta de su contexto: la clausura discursiva generada por la oligopólica estructura comunicacional latinoamericana y la lucha política antineoliberal del continente. Y desde un punto de vista (contra) ideológico el concepto tiene su antagonista: la libertad de información, y, por lo mismo, su uso permite una diferenciación y una relación distintiva con otros valores, lo que, al decir de Bourdieu *–lo real es relacional–*, le otorga realidad material para luchas materiales.

Bibliografía

- Avilés, William, “Colombia’s Left. Its Power, Influence and Challenges”. *Latin American Perspective*, vol. 39(1); enero: 5-9, 2012.
- Badillo, Ángel, Mastrini, Guillermo y Marengi, Patricia, “Teorías crítica, izquierda y políticas públicas de comunicación: el caso de América Latina”. Trabajo inédito, 2012.
- Barbosa, Bía y Ekman, Pedro El Marco Civil de Internet. En “América Latina en Movimiento”, ALAI; año 38 (494): 30-32, 2014.
- Becerra, Martín, “La disputa y sus matices”. Prólogo. En Moraes, D. *La cruzada de los medios en América Latina*. Buenos Aires: Paidós, 2011.
- Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo, *Los dueños de la palabra*. Argentina, Prometeo, 2009.
- Correa, Rafael, “Discurso inaugural de Rafael Correa: 50° aniversario de FLACSO”, en *Crítica y Emancipación*, vol. 1(1): 275-286: CLACSO, 2008.
- Borón, Atilio, *Socialismo del siglo XXI*, Buenos Aires, Luxemburg, 2008.
- Bourdieu, Pierre. *Sobre la televisión*. Barcelona, Gedisa, 1997.
- Ellner, Steve “The Distinguishing Features of Latin America’s New Left in Power”, en *Latin American Perspective*, vol. 39 (1): 96-114, 2012.
- Freire, Paulo, *La educación como práctica de libertad*. Madrid, Siglo XXI, 1969.

- _____. *Pedagogía del Oprimido*. México, SIGLO XXI, 1970.
- García Linera, Álvaro, *La potencia plebeya*. Buenos Aires, Prometeo Libros, 2008.
- _____. *Las tensiones creativas de la revolución*. La Paz, Vicepresidencia del Estado Plurinacional de Bolivia, 2014.
- Gargarella, Roberto “El nuevo constitucionalismo latinoamericano”. *Crítica y Emancipación*, n° 2(3), pp. 169-187, 2010.
- Gaudichaud, Franck “Geopolítica imperial, progresismos gubernamentales y estrategias de resistencia”; disponible en: www.rebelión.org, acceso 29 de diciembre de 2014.
- Gómez, Gustavo, Procesos de transformación de las Políticas Comunicacionales de América Latina. En II Jornadas Participativas sobre libertad de expresión y leyes de medios. Valparaíso, Observatorio de Comunicación, pucv, 2015.
- Harvey, David, El “nuevo” imperialismo: acumulación por desposesión. *La Migraña*; vol. 10: 26-49, 2014.
- Katz, Claudio “The Singularities of Latin America”, en *Socialist Register*, n° 48, 2012.
- Klein, Naomi, *La doctrina del shock*. Buenos Aires, Paidós, 2010.
- Lemos, Hélio. “A conferencia nacional de comunicação”. En *Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo*, SEL, s. Buenos Aires, CLACSO, 2010.
- Macbride, Sean y Otros. *Un solo mundo, voces múltiples*. México, FCE, 1993.
- Mattelart, Armand, La comunicación masiva en el proceso de liberación. Buenos Aires, SIGLO XXI, 1973.
- _____. La Sociedad de la Información: La retórica en acción. América Latina en Movimiento, vol. 385-386, 2005. Disponible en: <http://alainet.org/publica/385-386.phtml>
- Mattelart, Armand y Dorfman, Ariel, *Para leer al Pato Donald*. Valparaíso, Ediciones Universitarias de Valparaíso, 1973.
- Reig, Ramón, *Los dueños del periodismo*. Madrid, Gedisa, 2011.
- Sader, Emir, *El nuevo topo*. Argentina, Siglo Veintiuno Editores, 2009.
- Santander, Pedro, Nuevas leyes de medios en Sudamérica: enfrentando políticamente la concentración mediática. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*; vol. 21 (66): 13-37, 2014.

Saffón, María Paula, El derecho a la comunicación: un derecho emergente, 2007. Disponible en: <http://www.mujaresenred.net/>; acceso 30 de enero de 2015.

Sartori, Giovanni, *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Buenos Aires, Taurus, 2003.

**COMUNICACIÓN POPULAR
Y SUS BASTARDÍAS**

LO POP-PULAR ESTÁ DE MODA: SOBRE CULTURAS BASTARDAS Y QUILOMBOS POP-LÍTICOS

Por *Omar Rincón*¹

“Pienso que el futuro del país es muy importante como para dejárselo a los políticos”, dijo el dios del rock argentino Charly García (2011). Y esto lo saben muy bien los nuevos gobernantes en América Latina. Por eso, asistimos al espectáculo de nuevos *políticos* que se hacen pasar por defensores del pueblo y por *el mismo pueblo* y se legitiman en lo popular. Y así, lo popular está de moda, un popular más *pop* que pueblo. En esa onda pop-pular “calma pueblo que aquí estoy yo/lo que no dicen lo digo yo/lo que sientes tú lo siento yo/ porque yo soy como tú, tu eres como yo” canta *Calle 13* y se convierte en la filosofía política propia del

1 Profesor Asociado y Director del Centro de Estudios en Periodismo (CEPER) de la Universidad de Los Andes, Colombia. Ensayista, periodista y analista de las relaciones entre medios, cultura, política y tecnología. Consultor en comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania. Profesor invitado en Argentina, Chile, Uruguay, España, Puerto Rico, El Salvador y Ecuador.

gobernante siglo XXI: *ser-el-pueblo* o *como-el-pueblo* es la única promesa posible. Y muy mediática –sensacionalista–, muy emocional –genera autoridad de representación–, muy melodramática –alguien se hace cargo de mi destino–, muy popular –promesa–, muy *pop* –no decir nada pero tener estilo–, muy periodística –el relato del personismo–, muy de redes digital –bien para *twitter* y memes–. Lo paradójico es que vía lo popular –a lo pueblo– y la cultura pop –a lo Charly y *Calle 13*– asistimos a este retorno a lo político –aunque la derecha lo niegue: Macri dice que él no habla de política y por eso solo basta con “Mauricio en la ciudad” y Lacalle en Uruguay que solo basta con *be positive*–. La política se vivencia en que los medios devienen actores sociales, las crisis institucionales se presentan mediáticamente espectacularizadas, la libertad de expresión es la cancha de la disputa democrática y la gobernabilidad se juega siempre en crisis de relato.

Lo popular politizado en forma populista –pueblo– o pop –mediáticamente entretenido– es una práctica permanente de los líderes en América Latina –Perón, Vargas y Gaitán en el siglo XX; Kirchner, Evo, Uribe, Lula, Mujica, Correa, Chávez en el siglo XXI–. Y es que el pueblo y lo popular es muy *comunicativo*. Todo se expresa en la advertencia de Gaitán (Colombia, 1945): “Yo no soy un hombre, soy un pueblo”. Y eso mismo lo inaugura Perón (Argentina, 1945) cuando exclama que el pueblo es esa “masa grandiosa en sentimiento”, ese “dolor de la madre tierra” y esa “verdadera fiesta de la democracia” por eso él va a “luchar codo con codo con ustedes”: el pueblo. Y lo confirma Vargas (Brasil, 1954) cuando confiesa que él es “un esclavo del pueblo”. Mas allá va Morales (Bolivia, 2006) en la confianza en su pueblo porque “felizmente el pueblo es sabio. Esa sabiduría del pueblo boliviano hay que reconocerla, hay que respetarla y hay que aplicarla. No se trata de importar políticas económicas o recetas económicas desde arriba o desde afuera, y la comunidad internacional tiene que entender eso”. El pueblo inspira grandeza, es el sentimiento verdadero, hace la democracia, y, también, es sabio para guiar los modos de gobernar y producir políticas públicas. Por eso los gobernantes deben ser unos líderes obedientes del pueblo que dejan de ser sujeto para convertirse en colectivo, amasijo, masa, quilombo llamado pueblo.

Lo popular está, de nuevo, de moda en América latina; es la palabra más usada en política, comunicación y cultura; es el concepto que reivindica revoluciones progresistas y nuevos modos de gobernar de la derecha. Lo popular es el relato en el que todos quieren estar. La moda de lo popular indica que *en nombre del pueblo* se gobierna, se manda, se reprime, se excluye, se legisla, se concibe la política y *se encarna el poder*. El pueblo se metaforiza y convierte en estilo de gobernar: “Cumplirle al pueblo, es cumplirle a dios” lo dice Ortega en Nicaragua. “Mi vida ya no me pertenece, le pertenece al pueblo, a la patria”, confirma Rafael Correa en Ecuador. El pueblo deviene religión, patria, misión, melodrama, épica, relato de la política. Y para ser y hacer todo eso con lo popular: se comunica. Es en la comunicación donde se habita el pueblo y se narra lo popular. Y la comunicación habita el referente *pop*. Ahí surge que el pueblo se hace *pop-pular* y el poder político se convirtió en un espectáculo y una puesta en escena *del y para* el pueblo.

Uno podría decir que esto siempre ha sido así, y tal vez sí. Podría decirse que es una entelequia mediática eso de los populismos, y es verdad. O podría intentarse que sea una re-invencción de la comunicación popular, lo cual también sucede. En este ensayo, nos quedamos en *la comunicación popular*, y se propone un análisis desde y en *lo popular que habita en la comunicación* o lo *pop-pular*. Se quiere problematizar el concepto de lo popular que se usa en la llamada comunicación popular y se plantean los conceptos de *culturas bastardas* y *ciudadanías celebrities* como un nuevo modo de comprender tanto *la comunicación popular* como *lo popular en la comunicación*.

El argumento que se quiere intentar aquí es que la comunicación de los gobiernos progresistas –Argentina, Ecuador, Venezuela, Bolivia, Uruguay, Brasil, Chile– y de derecha –Colombia, México, Perú– fracasan por la misma razón: lo popular no es reconocido en su valor comunicativo –gusto, estéticas, narrativas– y quiere ser cambiado a través de una matriz ilustrada, educativa y contenidista –hacia la propaganda–. Así fracasan en su conexión con el pueblo porque no se toman en serio lo popular de la comunicación del pueblo ni el *pop* de la industria del entretenimiento:

buscan formar conciencia a través del conocimiento –ilustrado– y no del reconocimiento –cultural– y de las estéticas y narrativas de lo *pop* –el entretenimiento–.

El pueblo en la comunicación política

Martín Barbero (1998) afirma que “la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política” en cuanto que crea vínculo, pertenencia y reconocimiento en el actuar político y exige “a la política recuperar su dimensión simbólica para enfrentar la erosión del orden colectivo”, y que por eso hay que “poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder”. En la misma línea Lechner (1981) ya decía que “la política en tanto ritual de reconocimiento recíproco” es “una identidad colectiva”, por eso la política crea “lo común, lo contiguo, lo contrario” y la comunicación genera los “re-conocimientos”.

En este contexto, lo popular es clave para la política y la comunicación. Y más cuando la promesa de la democracia como mecanismo efectivo de movilidad social se cumplió: ¡El pueblo está en el poder! Varias mujeres son o han estado de gobernantes –Michelle Bachelet en Chile, Cristina Fernández en Argentina, Dilma Rousseff en Brasil, Laura Chinchilla en Costa Rica–, indígenas –Evo en Bolivia–, migrantes –Correa en Ecuador–, provincianos –Chávez en Venezuela, Uribe en Colombia y Kirchner en Argentina–, chinos y cholos –Fujimori, Toledo y Humala en Perú–, sindicalistas –Lula en Brasil y Maduro en Venezuela–, curas –Lugo en Paraguay–, afros –Obama en Estados Unidos–, galanes de telenovela –Peña Nieto en México–, periodistas –Funes en El Salvador– y exguerrilleros –Mujica en Uruguay, Sánchez Cerén en El Salvador, Ortega que se *religiosizó* en Nicaragua–. La matriz popular habla del reconocimiento y el ascenso social: y los gobernantes siglo XXI han llevado al pueblo al poder.

Daniel Ortega, presidente actual de Nicaragua, es sin embargo quien mejor ha traducido en eslogan el modelo de democracia popular que impera en la región. Ortega afirma “dios es el pue-

blo”, y luego “el pueblo presidente”, para luego ligarlo a otra frase “yo soy el pueblo”; conclusión, Ortega es *dios-pueblo* y es la democracia. Una retórica del pueblo es dios, el pueblo manda, el pueblo es soberano porque *yo soy el pueblo-presidente-dios*. Y como soy como el pueblo-dios en el 2010 traduce la figura de pueblo en Nicaragua “cristiana, socialista, y solidaria”; primero dios porque la religión es la matriz básica popular del elector latinoamericano, luego socialista para recuperar la rebeldía que hay en el pueblo y solidaria porque de eso viven los pobres de nuestro mundo, por lo menos los que votan. El lenguaje es el del pueblo porque se habla con los dichos, palabras y saberes de lo popular; la estética es la del pueblo porque no más corbata sino autenticidad, se usan colores populares y se celebra los modos de burla que usa la gente para expresar su crítica a las élites y los ricos; la ética es la de la venganza porque se gobierna para derrotar un enemigo; y los más disfrazados de pueblo quieren quedarse para siempre, por eso cambian las leyes para adaptarlas al principio *yo-soy-la institucionalidad* convirtiéndose en toda la institucionalidad –Ortega en Nicaragua, Uribe en Colombia, Correa en Ecuador, Chávez en Venezuela, Leonel en Dominicana, Fujimori en Perú, Evo en Bolivia–.

“Gente como uno” lo gobierna a uno; gobernantes que se visten como el pueblo, pierden el glamur Miami y se disfrazan en versión popular; presidentes que hablan como el pueblo en metáforas futboleras, agrícolas y musicales; gobernantes muy machistas como el pueblo: machos sin mujeres o mujeres sin hombres; presidentes melodrama que dicen defender a los pobres frente a los ricos porque su misión es salvar la patria, la dignidad, la historia de los de abajo. ¡El pueblo al poder!... y sin partidos y sin políticos.

El pueblo está de moda no solo porque los gobernantes vienen de lo popular y marginal al poder histórico; sino también porque el pueblo fue elevado a ideólogo y guía de los modos y tonos del gobierno: ya no se siguen más a ideologías de izquierda o derechas, ni modelos neoliberales o comunistas, ni recetas del FMI o el Banco Mundial o de Washington: el nuevo consenso dice que el pueblo tiene la razón. Y lo dice la izquierda, el progresismo

y las nuevas derechas. Ahí pasamos del melodrama a la épica: Maduro explica todo por la conspiración Obama que convierte *el bravo pueblo* en un colectivo de lucha, la épica de Argentina contra los fondos buitres es jugar el partido de la patria, la rebelión griega contra los ajustes de la UE significa la dignidad de un pueblo, la reinención de la política ya no es entre ideologías sino entre ricos y pobres dice *Podemos* en España, la lucha épica contra la guerrilla de Uribe y Santos... Todas estas luchas son justas y válidas y dignas porque se hacen en nombre del sufrido pueblo. Y es verdad: el pueblo es el que sufre las consecuencias de la injusticia legitimada por el capital y los violentos. Y es verdad porque desde siempre la política está hecha de mitos y, sobre todo, de mística... de héroes y villanos. Lo paradójico es que esto sirve para la lucha por el relato, pero en realidad no hay buenos y malos, sino negociaciones, conflictos de intereses, disputas de modelo. La diferencia fundamental es que en el siglo xx neoliberal, el pueblo era el espectador de esas negociaciones y sufría la tragedia de sus consecuencias; en el siglo XXI el pueblo es protagonista en tanto se le incluye –puede ser retóricamente o a través de movilizarlo– a estos debates de futuro. La otra verdad política popular es que no puede haber política popular sin líder que conduzca las demandas de la gente, que emocione al pueblo y que aumente la autoestima colectiva².

Este relato *pop-pular* (*storyelling*) se convierte en experiencia *popular* (*storyliving*) del *democraciar* y marca (*branding*) un mo-

2 Lula gobernó con metáforas futboleras y hablaba del “jogo bonito” en la política; Dilma perdió al pueblo, se alejó de él, se acercó a los gurús económicos, y perdió la autoridad en la toma de decisiones... así Brasil perdió la emoción colectiva hasta en el deporte, en el Mundial de Fútbol 2014 fue un fracaso y un desastre. Rajoy llegó y acabó con todo, la autoestima colectiva se esfumó: Nadal se enfermó, Alonso dejó de ganar, la selección de fútbol fue goleada. Sin líder no hay pueblo.

delo de país o el tipo de líder que se necesita. Esta estrategia es la que ha llevado a que la política sea un melodrama o una épica que da cuenta y habla del pueblo; con lo cual la política se convierte en un asunto de re-conocimiento más que de conocimiento (Martín Barbero, 1987); más de *performance* narrativo, estético y ético que debate de programas, partidos, razones y planes de gobierno. Y de eso es que habla lo popular-pueblo y lo *pop-mediático*: de reconocimientos y de relatos³.

El poder se pone en escena como un espectáculo *de y para* el pueblo, en su nombre y con sus valores, estéticas y prácticas. En la actualidad los gobiernos más que gobernar por ideologías de izquierda o derecha, o guiados por partidos o ideales políticos... actúan el poder y luchan mediáticamente por el relato de la hegemonía. El resultado es que el *rating* de favorabilidad es alto. Nunca como ahora habían sido tan populares nuestros gobernantes (Rincón, 2008). También es cierto, es que hoy se gobierna para la encuesta y el aplauso mediático-popular más que para la historia.

¿Cómo entender estos gobiernos del pueblo o “en nombre” del pueblo? ¿Un revival de lo popular, nuevos populismos, nueva política? Existen algunos viejos consensos (Lerchner, 1981; Borj, 2010): habitamos un desencanto con la democracia porque no ha respondido *económicamente* a las promesas de un vivir mejor; los partidos políticos se han convertido en máquinas del chantaje y corrupción; la justicia se ha declarado incompetente en materia de defensa de los intereses de la sociedad; los medios de comuni-

3 Aquí estoy concentrado en los modos de comunicar, en eso de que “gobernar es comunicar”. Eso no niega que a más de comunicación los que gobiernan sí tienen planes de gobierno. Y por eso la agenda progresista es el pensamiento político mayoritario en América Latina, tanto que la derecha ya no invoca la privatización o lo neoliberal sino hacer más bonito lo socialdemócrata. Ver: Los rostros de la derecha en América Latina. Nueva sociedad 254, noviembre - diciembre 2014. Y los ciudadanos pueblo, a su vez, no encuentran que una cosa sea la razón política (debate) y otra las estructuras de sentimiento (melodrama)... ambos son parte de un mismo relato, el relato pop (es el referente que se tiene).

cación han devenido en actores políticos, judiciales y económicos (Rincón y Magrini, 2010). Y todo esto porque la democracia es un espectáculo que se comprende/produce desde la lógica del entretenimiento, luego todo debe seducir, divertir, entretener (Rincón, 2006). Esto ha llevado a que la mediación institucional y racional de la política se diluya y pasemos a una relación directa, emocional y personalista que produce una democracia *celebrity* porque lo que importa es el contacto y el espectáculo, poco o nada interesa el discurso. Ahora esto de que se diluya la mediación institucional y racional de la política en pos de una relación directa, emocional no es necesariamente una debilidad, sino tal vez una virtud de comprender los tiempos que habitamos: y es que asumimos que la política y la democracia tiene más de emocionalidad que de teoría política, más de procesos y prácticas que de normas y diseños, más de vida y menos de políticas públicas, más de experimentar las ciudadanías emocionales que de dejarle todo a las leyes.

Y aquí es donde aparece eso que se da en llamar *política espectáculo*, el *Estado comunicador* y la *mediática del poder* (Rincón y Magrini, 2011) o cuando los gobernantes diseñan y ponen en escena un nuevo pacto comunicativo/cultural/político que interpela al ciudadano como consumidor/televidente más que como sujeto/ciudadano; una política que enfatiza en *el decir* más que en el hacer y más en el espectáculo que en la ideología; un modo de gobernar más desde la lógica de la confrontación melodramática entre buenos y malos, que una sociedad que se juega en las ideas y proyectos. Así, gobernar se convirtió –también, pero no sólo– en luchar por el relato de la hegemonía política como una acción mediática. Y tal vez, por este *personismo* en los modos de hacer política, gobernar y *democraciar*⁴ es más productivo echar mano a las lógicas del melodrama, la épica y el formato de la telenovela

4 Democraciar: se democracia como acción de parecer democrático, más que hacer de la democracia es un ethos, un estilo de vida en colectivo o un proceso agonístico a lo Mouffe.

como matriz explicativa (Rincón, 2013) que ir a la teoría de la democracia, la institucionalidad y la razón pública. Y es que el melodrama, la épica y la telenovela son los referentes y lenguajes populares de comprensión e interpretación.

En este contexto es que aparece la comunicación popular o lo popular en la comunicación como clave para comprender la política y la democracia en nuestro tiempo.

La comunicación popular en la política

En la política, lo popular es el adjetivo –más que la experiencia– que se ha convertido en ideología para gobernar con autoridad, ganar soberanía y legitimidad de Estado; y es además, la voluntad y el criterio esencial de la toma de decisiones. Es lo popular lo que sirve para gobernar y hacer política, seducir masas, criticar los modelos económicos e imaginar otros modelos de nación. Lo extraño pasa cuando la popular se hace *comunicación popular* porque ahí el pueblo ya no sirve: no sabe, es inútil y debe ser re-programado. Y debe ser educado para que “sea capaz” de enfrentarse a los medios, el periodismo, las redes y el entretenimiento. Un formador en comunicación popular en Venezuela y Argentina la definió como lo alternativo al *mainstream*, a los medios privados, al entretenimiento. Entonces, ¿lo que disfruta la gente de la industria cultural no es popular? Entonces, ¿qué es la comunicación popular?

La paradoja política es que cuando se llega a la comunicación el pueblo y su gusto popular “entra en sospecha” porque pertenece al mal gusto o al gusto deformado por las industrias del entretenimiento; y se asume que lo popular pertenece al pueblo revolucionario e inteligente no lo es tanto frente a los medios. Inmediatamente se culpa al imperio gringo y al monopolio mediático de ser estrategias conspiradoras que buscan subsumir al pueblo en sus bajas condiciones de clase educativa, sus pobres accesos a la cultura y la civilización, sus malas hablas, músicas, cuerpos y bailes; por eso su gusto se le sintoniza con lo que es barato, lo ilegítimo y lo que no implica esfuerzo: un gusto bajo llamado me-

lodrama y comicidad⁵. Y entonces, los ilustrados de derecha o los ideologizados de izquierda asumen la misma postura: ese popular debe ser negado porque es producto de lo masivo, industrial, entretenido, Tinelli, Hollywood, Disney. En esta línea de argumentación, el gusto masivo construido por USA, Tinelli y los medios privados no es popular, es defecto, carencia, decadencia estética y, obviamente, mal gusto. Por eso, la comunicación-popular es lo contrario en contenidos a lo que a la gente popular le gusta. ¿Extraño no? El gusto del pueblo no es popular en la comunicación.

¿Por qué el pueblo que es tan sabio para gobernar en su nombre... cuándo se llega a los medios y al ecosistema comunicativo ya no sirve y hay que educarlo? ¿Por qué los gobiernos que dicen encarnar al pueblo cuando hacen su comunicación "popular" tienen entre ojos al gusto popular y quieren "subirle el gusto"?

El mal-entendido, tal vez, está en que los que dictaminan, gestionan y enseñan la comunicación llamada *popular* la entienden como (A) contenidos de formación de conciencia y (B) lo contrario –u otro– a lo masivo industrial. O sea, que lo popular sería lo otro a la telenovela, lo sentimental, lo expresivo, lo sensacionalista, el entretenimiento... lo otro a las músicas de la gente como el vallenato, la cumbia, lo tropical, el ranchenato... lo otro a los goces de la gente como la telenovela, los espectáculos *reality*, las modas Hollywood, el fútbol... lo otro a lo que la gente del común goza, come, bebe y baila.

Así es que llegamos a la paradoja de que lo popular sería un *llamado* retórico e ideológico que sirve para gobernar pero no para comunicar –pero comunicar es gobernar a las elites políticas–. Entonces, la gente, los del común vuelven a ser *reivindicados* en la

5 Con la Revolución Francesa el pueblo entró al poder y llegó con el melodrama y la comedia: las dos hablas y prácticas expresivas del pueblo.

política pero negados en la comunicación; despreciados porque sus gustos y sus estéticas no concuerdan con los gustos de la gente bien civilizada –en las derechas–, ni con los gustos de la conciencia de clase e historia –en las izquierdas–; es más, sus referentes de significación mediática no sirven, son perversos, sumisos y cómplices tanto para la civilización –derechas– como para la revolución –izquierdas–. La salida es, entonces, ir hacia el proyecto ilustrado, civilizatorio –religioso y/o revolucionario– para desde ahí educar al pueblo. Y es ahí donde se diluyen las posibilidades de transformación desde lo cultural-comunicativo de lo político. Al negarlo, no se interpela ni reconoce, y entonces, el gusto popular y sus modos de sentir, soñar y nombrar se los dejamos al mercado, a los privados, a los medios industriales. Y esta es la razón por la que la comunicación llamada *popular* no pega, ni llega, ni interpela al pueblo: la comunicación popular que se hace no es la del pueblo sino el de las elites académicas y políticas *que saben lo que es mejor para el pueblo*.

Aunque es necesario tener medios propios para la enunciación del relato, no basta tenerlos para *comunicarse con el pueblo* y crear conciencia política. Cuba, por ejemplo, no ha podido, después sesenta años de revolución, matar la emocionalidad melodramática, cada vez que llega una telenovela: triunfa. Venezuela cerró legítimamente *Radio Caracas Televisión* pero cometió un pecado popular porque acabó con el pacto sentimental que la telenovela tenía con los venezolanos, su reemplazo fue el *culturoso* y bien intencionado en términos de conciencia canal *Tves* y a este canal no lo ve el pueblo. Argentina ha creado muchos canales en nombre de lo popular: uno muy bueno cultural *Canal Encuentro*, otro mejor infantil *Canal PakaPaka*, uno inspirador *Acua Mayor* para adultos mayores... pero, por ahora, lo único popular en estética, narrativa y goces es lo que hizo la *Televisión Pública* de recuperar el fútbol como bien popular de una nación con “Fútbol para todos”: ahí si lo popular fue convocado y conectado.

La apuesta argentina es y será histórica porque comprendió que la lucha popular no es por *controlar* contenidos sino por *diversificar* producción y ampliar señales: ahí hay inclusión de diversidad de sujetos ciudadanos: los niños, el activo cultural y educativo,

los adultos mayores, los científicos, los goceas del deporte y el fútbol, los trabajadores, los migrantes: y para cada público, una señal. Pero hay, todavía, un tema tabú: el consumo cultural. El Estado y la sociedad letrada quiere que todos los sectores populares consuman Cultura, Educación, Ilustración, Ideología y Cine (todo con mayúsculas). Y tal vez los sectores populares quieran ver programas donde les sea posible reconocerse y expresarse en sus gustos, goces y entretenimientos. Hay una tentación muy grande de convertir todo el instrumental mediático y de redes en *arma educativa y culturosa* desde los contenidos y lo políticamente correcto o revolucionario. Pero solo se puede convocar a popular si se comprenden las lógicas de narración y los rituales de disfrute que se vinculan con cada medio-pantalla. En últimas consiste en imaginarse un popular al estilo de lo contado por García Canclini, Martín Barbero y Alabarces, uno que no es culto, ni masivo, ni folclórico, que es otra cosa: una experiencia que solo es posible en la narración. El asunto es producir emocionalidad popular y dejar de usar la calidad teórica o tecnológica o estética como regla, porque así se excluyen y censuran las oralidades, voces, historias y estéticas populares. El imperativo popular nos dice que debemos producir la nueva experiencia audiovisual, digital y comunicacional: una más narrativa, más popular, y, sobre todo, más diversa en goces.

Quienes ven al *maistream* de las industrias del entretenimiento, supongamos, *ven y gozan* la televisión, las músicas, el cine y las culturas a la vieja manera⁶. Pero no por eso debemos negarles su lugar de ciudadanos y en cuanto tal deben ser convocados, e interpelados. Y para poderlos interpelar hay que considerar que son sujetos y comunidades que formaron su gusto viendo a estas industrias y con ese gusto, también, hay que trabajar, hay que

6 La gente ve y sabe ver televisión. Por el contrario, los gestores y teóricos ilustrados de la comunicación popular no ven televisión, son gozosos de otro gusto, y quieren que "su gusto" sea el del pueblo.

hacer comunicación –obvio– para convocar hacia un nuevo *popular* más diverso y creativo. Convocar al ciudadano, también, es reconocerlo en sus ambivalencias y ambigüedades de sus gustos y disfrutes. Que la propuesta de la comunicación popular sea formar en otros contenidos y estéticas, inculcar otro gusto es un loable y legítimo propósito, pero no se puede comenzar negando ese gusto que tiene historia y hace otras historias (Adichie, 2010).

Lo más perverso políticamente está en dejarle los públicos masivos, los de ese gusto sucio, a las industrias del entretenimiento y no luchárselos. Por eso, los medios públicos, ciudadanos y populares deberían lucharle el público y el gusto a estas industrias, deberían luchar por *des-usificar* (*desgringizar*) los goces, consumos y producciones, y esto se hace partiendo de las estéticas y formatos que la gente sabe ver y disfrutar; comprendiendo que la gente en las industrias del entretenimiento busca pasarla bien en sus modos de disfrute, que no quiere aprender o educarse, solo relajarse y entretenerse sintiéndose inteligentes en cuanto sabe leer, ver, oír y gozar esas narrativas y estéticas. Esto significa meterle los tonos de lo popular a los mensajes y eso es un acto narrativo y estético y no de contenidos o moralidades; comprender que lo popular sabe significar desde el melodrama, el humor y le encanta des-solemnizar los poderes; recuperar y dignificar las estéticas, formatos y hablas de la gente.

Intervenir y modificar a las industrias del entretenimiento es un acto muy político si se trasforma la práctica e idea de quien tiene derecho a la enunciación del mensaje: hay que meterle gente de verdad a las pantallas, ensuciar las imágenes, ganar la diversidad de rostros, hablas y saberes de los latinoamericanos. Si no se hace eso, se hará mucha comunicación, se hará muy *culturosa* y esteticista pero no se ganará identificación, reconocimiento y goce de lo popular.

No basta con tener medios, sino se cuentan desde los sentires, saberes, narrativas, gustos de la gente. La diferencia con los medios industriales es que se quiere comunicar *desde y en* lo popular para, desde allí, transformar las experiencias de disfrutes estéticos al ampliar y estallar los modos únicos de relato *made in USA y/o Europa*. Esta transformación es posible solo si se parte del gusto popular y

no yendo en contra de él. El asunto es de generar conciencia sobre los modos y las formas del relato industrial. Lo político está en no *conformarlos* como lo hacen los medios del mercado y el rating... sino *vincular* al activo popular como sujetos políticos y colectivos de comunicación *desde y en* sus modos de *contar*.

Luego, no basta con *nombrar* que hacemos comunicación popular, si lo popular es sólo *lo otro* al comercio, al mercado, a lo privado. Por ahora, lo popular es mejor interpelado, narrado, contado y reivindicado desde las industrias del entretenimiento. ¡He ahí nuestro fracaso de transformación social y de formación de conciencia! La conciencia no es política solo cuando se refiere a clase o pobreza o marginalidad o imperialismo; la conciencia política, también, existe en las estéticas, narrativas, formatos y modos de interpelación. Un último ejemplo, *TeleSur* es una gran proyecto informacional y político pero la lucha se restringe solo a las agendas de información desde y en los actores de la enunciación, y abandona la lucha en los formatos y estéticas: es como si el formato CNN no tuviese ideología; cuando lo más imperialista es que narramos, contamos y producimos estéticas a lo *made in USA*⁷. El asunto no es de \$\$\$\$ o proyecto político, sino de traducción del proyecto político a los modos de narrar y emocionar de lo popular: la lucha es por los re-conocimientos —y eso es cultural... y es muy político—⁸.

7 Si queremos cuestionar el imperialismo y el monopolio de verdad, habría que comenzar por luchar contra el monolítico servicio de cable: todos en América Latina vemos lo mismo; los públicos infantiles e ilustrados se los hemos dejado al cable. Hay que hacer algo así como lo hizo Argentina con Paka Paka y Canal Encuentro: pasar de la lucha por la información a la lucha por el entretenimiento. El nuevo paso es pasar de la información a la ficción que es donde más se encuentran las comunidades populares; la lucha popular es por los formatos, estéticas y narrativas; la lucha es por poner en pantalla al popular y desplazar a la silicona y el chimento.

8 De oídas, en el último discurso público de Mujica en Uruguay (febrero 27, 2015, 9 p.m. FES Uruguay): “La izquierda no tiene futuro si no piensa en la cultura.” “La

Al denigrar y evitar al popular pueblo, ese sobre el que se basa el proyecto político, se comete la peor torpeza política de los regímenes populares: no reconocer que ese pueblo “no habla únicamente desde las culturas indígenas o las campesinas, sino también desde la trama espesa de los mestizajes y las deformaciones de lo urbano y de lo masivo” (Martín Barbero, 1998). Lo político está en reconocer un popular que junta lenguaje barroco con religiosidad, solidaridad y entretenimiento; un popular que se goza y celebra en el reconocimiento; un popular que llama a pensar que la politización de lo popular “discurre por zonas muy plurales (como) la cumbia villera” desde es posible disputar *la dominación*, por eso “la música y el baile popular, la sexualidad, la cotidianeidad, la espacialidad, el trabajo, la fiesta, la ceremonia, la religiosidad, la creencia, la política, la creatividad, la magia, el conservadurismo, el mundo urbano, el rural, la violencia, la migración, la cultura de masa” nombran que lo *popular* en América Latina es “aquello que está fuera de lo visible, de lo decible y de lo enunciable” (Alabarces, 2012). Y por eso la comunicación popular es el pueblo haciéndose visible, diciendo y enunciando pero es sus propios formatos, estéticas, narrativas y voces.

Así el reto de lo popular-politizado es dejar el afán ilustrativo del *buen gusto* de las derechas o la *buen teoría política* de las izquierdas para ganar las ambivalencias, matices, barbaridades que se viven y habitan en lo popular. Mejor dicho, en la comunicación popular hay que *copiar-calcar-imitar* lo que tan bien hacen los líderes de las gestas populares de la América Latina siglo XXI: Lula, Mujica, Kirchner, Cristina, Bachelet, Evo, Correa, Uribe, Chávez. Ellos saben hacer comunicación popular, eh ahí la clave de su éxito, emocional y político.

izquierda debe avivarse y formar en conciencia.” “La izquierda solo es posible si trabaja piensa y sueña en colectivo.” “Lenin ya no sirve (y lo lei), se requiere otro discurso para estos tiempos”

Lo *popular-entretenido* en la comunicación: hacia lo *bastardo*

Lo que quiero argumentar es que para re-configurar la comunicación popular, hay que repensar lo popular –gustos, estéticas, narrativas– y las ciudadanías –lo político y lo democrático– en y desde la escena *pop, cool*, masiva e industrial del entretenimiento. Para entender lo popular, entonces, hay que comprender de qué está hecho el *pop-popular-entretenido*. Mi propuesta es que se comprenda desde y en las mezclas-fusiones-prácticas *bastardas* –músicas, televisiones, videos, redes digitales, comidas, vestuarios– desde un pensamiento *bastardo* –pensamiento sucio, grasa, callejero, eclético sobre los saberes y culturas impuras– y como experiencia de las culturas *bastardas* –todas las estéticas, narrativas y gustos en simultáneo– (Rincón, 2010-2013).

Lo popular es una experiencia de *culturas bastardas*⁹. La madre-cultural es el destino que nos tocó: lo propio, el territorio, los relatos¹⁰. Y el padre-cultural está hecho de la mezcla, fusión y flujo que hagamos de los progenitores-culturales que nos tocó por época y contexto: somos sus hijos pero en cada sujeto y de acuerdo a la producción de su subjetividad y *agencia* da un resultado distinto. Ahí es donde modificamos nuestro destino cultural y lo hacemos más político o más *light*. Las culturas *bastardas* tienen sentido y existen cuando nos reconocemos hijos desde la escena de lo masivo y lo industrial del entretenimiento.

9 Esta categoría de culturas bastardas se funda en los modos de pensar lo popular de Martín Barbero (1987), las culturas híbridas de García Canclini (1990) y la hibridización de Bhabha (2002) pero se distingue en que pone el lugar de mirada en las industrias culturales del entretenimiento. Se es bastardo e ilegítimo porque se reconoce que somos los hijos del espectáculo, el entretenimiento y las pantallas: esos son nuestros lugares de referencia preferidos para significar y narrar el mundo.

10 En la Colombia paísa se dice popularmente: “madre no hay sino una, padre puede ser cualquier hijueputa”.

Las culturas *bastardas* tienen muchos padres-culturales: el *mainstream pop cool* masivo, espectacular, mediático entretenido *made in USA*; el tecnored de internet, celular, apps, videojuegos: *likes*, *trending topic* y el *click*; el folklore y el festivo o auténtico pueblo; el popular-nacional y el populista –en lo político–; las identidades densas (p.e., lo indígena); las sensibilidades disruptivas –otros goces que no se basan en el eje Macho-Blanco-Occidente-Civilizatorio–; el popular subalterno, excluido y dominado –sujeto de la academia–; el artístico, ese popular que inspira creación; el bizarro, freak y exótico que produce porno-miseria sobre el extraño popular para lucimiento del autor –artista, periodista o académico–.

Tenemos una sola madre que es la cultura local de donde este-mos, de ahí somos, chilangos, caribeños, grasas, chetos y conchetos, de ahí, *siendo somos*: esa es nuestra localidad de significación y narración: nuestro lugar cultural de enunciación y destino. Y tenemos muchos padres por los que fuimos formados –aún sin darnos cuenta–. Un padre maldito se llama *Televisa* en México o *Globo* en Brasil; pero también tenemos otros padres que se llaman “Hollywood”, y otros padres que se nombran culturas tradicionales populares musicales y religiosas, y padres ilustrados y de academia, y también tenemos padres aztecas, mayas, incas, y somos hijos de redes populares de lo digital y de la mediática, y de las industrias del espectáculo, y también hijos de la joda, el albur, el humor, la irreverencia, la ironía. Tenemos muchos padres –populares, estéticos, narrativos–, y por eso no somos puros y esencialistas, pero tampoco interculturales –eso implicaría conciencia de las relaciones entre culturas–: mejor dicho somos un *quilombo*¹¹.

11 Quilombo. El quilombo viene de “armar quilombo” a partir de la fuga de los esclavos, luego, puede significar lucha contra la opresión de los señores colonizadores; luego su sentido es el de hacer uso intensivo de la libertad. El quilombo es una figura que nombra en Brasil al territorio donde se escondían los esclavos negros fugitivos, al modo de organización comunitaria que tomó, a la resistencia de los africanos al esclavismo colonial y al miedo que produce en la sociedad del orden. Está claro tiene origen africano y brasileño. Y hoy indica lo que provoca escándalo, bullicio, altercados, conflictos, descontrol. También sinónimo de prostíbulo y habita el pecado.

El popular *bastardizado* es un quilombo que caotiza y libera de la autenticidad y la solemnidad en juego de resistencias, sumisiones, complicidades, innovaciones y aberraciones. Todo junto como en los platos de la comida típica Latinoamericana. Todo junto, revuelto y sabroso: simultaneidad de catarsis, sometimientos, resistencias y re-invencciones. La *bastardización* popular es, entonces, eso que juega entre la cultura *mainstream* que se nutre del inglés, lo *made in USA* y la jerarquía de *lo cool* (Martel 2011) pero que también bebe y goza con los cuerpos, las músicas y las telenovelas y las experiencias festivas y de encuentro como placeres ricos de los pobres.

Tenemos muchos padres-culturales posibles. Y por eso lo popular es la lucha por el padre en esa lógica del re-conocimiento: el saber de dónde somos y a quién pertenecemos. Todos estos referentes intervinientes en la conformación del popular siglo XXI ejercen de diversa manera un colonialismo en la producción del sujeto y el colectivo, siendo el más preponderante el comunicativo: el *mainstream cool* industrial y la tecno red-digital como un “más comunicativo”. Pero cada sujeto en la producción de su subjetividad y agencia, y cada comunidad en la producción de sus modos de estar en colectivo y activar sus derechos produce su “propio popular” –su propio quilombo–. Ahí es donde modificamos nuestro destino y lo hacemos más político.

Comunicativamente el concepto de *prácticas bastardizadas de lo popular* se entiende como formas de narrar donde para *contar lo de uno* y *contar uno* como ciudadano se utilizan todas las referencias narrativas y estéticas disponibles (de las identidades leves –industrias del entretenimiento– las identidades densas y las nuevas identidades) sin saber bien o tener conciencia de donde vienen –porque lo que importa es existir en las pantallas de la comunidad– (Rincón, 2010-2103). Y esto es lo político: modificar el destino comunicativo del *mainstream cool* industrial y de las tecno redes para hacerlas en el modo de cada comunidad.

Y este habitar/intervenir el *mainstream cool* tiene que ver con estéticas, narrativas y formatos –no solo con contenidos–: aquí se reconoce que el sujeto popular quiere estar en el popular de las pantallas y redes del *mainstream*, y que para hacerlo practica esas narrativas

y estéticas –son las que conoce y disfruta–. Lo industrial-privado se queda con esto, el abuso de las necesidades de visibilidades y reconocimiento del sujeto popular: así lo lleva a sus pantallas para exhibirlo en su grotesco, *kitsch* y sensacionalista. Y esto da *rating* y negocio y billete y poder –conformidad con lo establecido.

El sujeto popular, en la comunicación popular, –y aquí viene lo político– tiene que intervenir esas estéticas, narrativas y formatos desde lo propio, lo político, lo subalterno, las sensibilidades disruptivas y las identidades densas. Usando y abusando de todas las referencias estéticas y narrativas del *mainstream* pero bastardizadas desde las diversas referencias aparece las nuevas formas. Hablamos de culturas *bastardas* cuando se reconoce que no hay purezas, ni esencias: solo experiencia y relato colectivo en escena popular. ¡Qué más popular que *lo bastardo*!

La comunicación popular –y aquí viene lo político– tiene que luchar por transformar los enunciadores para que el sujeto popular deje de ser *representado* por el experto en comunicación; deje de ser *interpretado y creado* por los artistas; deje de ser *voceado* o cuando *le dan voz* los periodistas y medios; deje de ser *exhibido* como bizarro y exótico por algunos académicos y artistas. Transformar la enunciación significa que al sujeto y colectivo popular lo dejen de representar, darle voz, exhibirlo... para que pase a tomarse las pantallas por sí mismo y comience a *contar* en sus propios términos, agendas, voces, narrativas y estéticas. Y ahí aparecerán de lleno eso que llamo culturas *bastardas*: todas las suciedades y expresividades de que estamos hechos. Tres ejemplos, la cumbia villera que dejan de ser pura aberración o marginalidad para ganar unos modos bastardos de impugnación en los análisis de Seman y Vila (2011), Alabarces y Rodríguez (2008) que proveen nuevas lecturas sobre lo popular y sus condiciones de producción, goce y cuerpo; lo mismo con los narco-corridos donde se cuentan las otras historias de Colombia y México y con otras estéticas y referencias; y las estéticas crudas de Esteban Rodríguez (2003).

En este contexto es que este *democratizar popular* de nuestros exitosos tele-gobernantes –Correa, Chávez, Uribe, Evo, Cristina, Lula– reconoce y expresa la entrada del pueblo al poder con sus estéticas de desparpajo y exceso, sus rituales de compadrazgos, sus

creencias religiosas, sus modos de valorar basados en la lealtad a la familia y sus lógicas amorosas de significar. Lástima que esas *culturas bastardas* solo llegan a los medios públicos como contenido o sujeto a educar y a los medios privados como lugar de negocio y porno-miseria.

La telenovilización o bastardización de la política

Lo popular no solo es exitoso en la política sino también en el negocio. Nuestros gobernantes han devenido *celebrities* y héroes de telenovela. Los empresarios de medios se han vuelto millonarios y actores políticos produciendo *celebrities* instantáneas y periodismo carroña sobre lo popular. En ambos casos, políticos y empresarios, hacen uso de las estéticas y culturas *bastardas* como instrumentos de lucha: son exitosos en cuanto usan lo popular para comunicar.

Los medios –concentrados y monopólicos– que son militantes del mercado, el capital y las derechas, se encargan día tras día de *bastardizar la política* quitando al pueblo, lo agonístico y programático de allí; y solo le dejan a la política sus dimensiones más *irracionales*, y esto se ve en lo informativo y en la ficción: la política no sirve para nada, mejor vamos a entretenernos; lo colectivo está prohibido, viva el individuo; la democracia es el consumo feliz. En cambio desde y en la comunicación popular se recorre el camino inverso: se propone la política –y sus narrativas, estéticas, éticas– como camino/espacio de transformación, de posibilidad de ciudadanías densas y leves; pero la comunicación popular que se toma en serio a la política tiene déficit en tomarse en serio que la comunicación se hace y disfruta desde y en las *culturas bastardas*.

Las *culturas bastardas* asumen como *táctica y referente de comunicabilidad* a los formatos y narrativas industriales. Por ejemplo, el modo Disney que narra, para encontrar la felicidad, en el príncipe, la princesa, el capital, el mercado y la individualidad *made in USA* no se da tanto por *los contenidos* sino por los modos como nos han machacado esa narrativa, ese modo de contar, esa referencia cognitiva de la vida; lo mismo con los canales

informativos que independientemente de la noticia o el contexto cultural se hace siempre en esa forma neutra-gringa de la solemnidad y omnipotencia del presentador; lo mismo con los programas llamados educativos y culturales de *NatGeo* y *Discovery* donde siempre se relata un suspenso bien sea del narco, el bizarro o un animal. La industria cultural puede negociar contenidos pero no cede en mutar en los formatos y modos de narrar: dicen que esos son los de la comunicabilidad y el entretenimiento. Por eso, lo político es lucharle los modos, formatos y estéticas del contar. Y esto es una forma de *bastardiarles* la industria así como ellos no *bastardean* la política.

Y les hemos *bastardado* la industria desde América Latina con las telenovelas y las series narco, con las músicas de cumbia y lo tropical, con el fútbol en nuestro ponerle sabor, con nuestras comidas a la peruana, estéticas de colorinches y cuerpos excesivos. Y sí son intervenciones narrativas y estéticas industriales, también, pero lo son desde nuestros gustos y modos de soñar. El efecto telenovela es, por ejemplo, proponernos que todos podemos obtener el éxito –el amor– y ganar la justicia –la venganza– y así ascender socialmente –la política–; pero también dice que los policías son malos y los ricos son chupasangres de pobres y corruptos. Como la telenovela es nuestro referente para narrar y producir sentido, también es la *matriz interpretativa* de la realidad social y la política. Y la telenovela es melodrama o la épica del pueblo al poder con sus excesos sentimentales y sus goces corporales. Por eso se gobierna como en telenovela y en melodrama-épica. Con la telenovela como matriz *interpretativa* y *performativa* de la política se hace realidad lo del pueblo al poder, y con el melodrama-épica como *tono del relato* y *de resolución del conflicto* se hace realidad lo de la expresividad sentimental como modo de comprender el poder de la política.

Obvio, no se puede desconocer que esta *melodramatización* del poder tiene otro ámbito de fundamento para el éxito, y es que el gobernante para tener *rating*, en simultáneo, debe narrar melodrama y actuar políticas y sociales de transformación de sus naciones. Por ejemplo, siendo muy elemental, se puede decir que Evo ha creado un nuevo orden en perspectiva plurinacional y con

inclusión extensiva de los mundos indígenas en Bolivia; Correa ha logrado que la obra pública llegue a todos los ecuatorianos y que la salud sea un servicio *público*; Ortega tiene índices de desarrollo inéditos en Nicaragua; Chávez logró vincular al Estado las clases más desfavorecidas y controló la voracidad de las empresas privadas; Uribe elevó la percepción de seguridad pública y logró vincular a más de cinco millones de personas con subsidios de Estado; Cristina ha logrado transformaciones esenciales en derechos y acciones concretas para madres cabezas de hogar, adultos mayores y niños en edad escolar; Lula transformó el concepto de inclusión social y expansión de la clase media en Brasil; Mujica ha hecho de Uruguay un país modelo de democracia. No son solo melodrama; el comunicar melodrama les negocia con el pueblo sus políticas.

La *melodramatización* es, entonces, el modo comunicativo de estos gobiernos y es lo que interesa analizar aquí como puesta en práctica de lo popular *bastardo*. Las telenovelas cuentan un relato único: el ascenso social y la justicia a través del amor: y este es un marco teórico para la vida cotidiana y un dispositivo de éxito del sueño colectivo. Por eso sus temáticas son siempre las mismas, las mismas del sueño popular, expresión de los grandes problemas populares: lucha entre clases sociales, familias y sexos; el acoso sexual como estrategia de control; los ricos chupasangre; los políticos corruptos; el Estado en contra del pueblo; la paternidad irresponsable y la pasividad masculina; la fuerza y el heroísmo femenino; el amor como sinónimo de éxito; la moral del pobre como verdad del mundo; los miedos como normalización social; dios como solución; el pasado desconocido; el destino como futuro; la esperanza como deseo. Y ahí en los miedos y los deseos hay historias, y donde hay cuento hay emoción, y donde hay relato y emoción hay encuentro colectivo: miren al gran político Jesucristo y al nuevo encantador Francisco. Y si hay historias pegadas al sentir popular es porque ahí habitan conflictos socioculturales no resueltos. Y si la democracia es un asunto agonístico, debe encarar eso conflictos que generan agendas necesarias para *enamorar* pueblo.

Lo más útil de asumir a la telenovela como forma bastarda del relato político es que permite usar una matriz de sentido que la mayoría usamos en nuestras prácticas sociales, que posibilita

participar al pueblo en el relato de la política, que reconoce los saberes morales de la gente. La matriz de la telenovela que actúa como modo de *interpretación* de la realidad, modo de *interpelación* de la política y *performance* de los gobernantes se caracteriza por los siguientes criterios:

– La tesis de la telenovela es *mujer (u hombre) pura salva a hombre (o mujer) equivocado*. Ellos y ellas –Lula, Chávez, Correa, Uribe, Cristina, Evo, Bachelet– se ofrecen para salvar a ese pueblo equivocado que se ha entregado a amantes tan peligrosos como el terrorismo, el imperialismo, los neoliberales, los bancos, los medios de comunicación. Ellos y ellas son héroes que sacrifican su vida por amor a su pueblo y para salvar la patria.

– *La telenovela como la política es una conquista del amor popular: un amor directo, sin intermediarios, cara a cara*. Los presidentes hablan, actúan, expresan un amor en territorio, están siempre con la gente, aman en vivo y en directo, cuidan a su amado pueblo y no les gusta la intermediación de los medios de comunicación ni de sus ministros u operadores.

– *Amar como gobernar es luchar/odiar a un enemigo/villano perverso*. Los presidentes luchan contra enemigos reconocidos por el pueblo, como el imperialismo (Venezuela), la exclusión social (Brasil), la dictadura (Uruguay), la guerrilla (Colombia), los multimedios y el campo (Argentina), los racistas (Evo), la politiquería y los medios (Correa). Si el villano es claro, el amor es más puro.

– *La política como la telenovela son historias de superhéroes morales* que tienen un mito fundador y un destino público que cumplir. Lucha que se legitima en cuanto se es víctima de ese enemigo. Por lo tanto su lucha es moralmente buena, útil y necesaria. A Chávez Estados Unidos y los partidos del poder aristocrático lo habían derrotado y humillado; a Uribe las FARC le mataron a su padre; a Correa los medios y los ricos lo habían negado; a Cristina Clarín, el campo y los ofensores de derechos humanos le declararon

la guerra; a Evo los blancos lo habían humillado permanentemente en su ejercicio movimientista. La revancha/justicia llega con ellos.

– *Tanto en la política como en la telenovela, el relato significa desde la moral popular* de buenos y malos, la justicia vía la venganza, los sentidos de fe religiosa, la familia como referente de regulación social. Y los presidentes y políticos asumen que son religiosos –incluso Chávez y Correa–, creen en la familia –referente de amor y dignidad–, hacen política vengando al pueblo –todo está en función de hacer justicia histórica– y dividen la sociedad entre buenos –los que participan de la fe– y malos –los que se apartan del camino de la misión.

– *El lenguaje es elemental porque se habla y significa como el pueblo.* El galán o la heroína se bajan a hablar como la gente –sencillez con poder emocional–, en sus formas de argumentar –refranes, dialectos, metáforas–, en sus modos de significar –el pueblo tiene la razón.

– *El tono del relato es el melodrama-épico por eso es de alta expresividad sentimental.* La política como la telenovela son espectáculos emocionales cuyos modos de interpelar son la pasión, la exageración, la corporalidad, los afectos. No es lo que se dice y actúa, es el cómo se dice y se actúa lo que significa.

– *Se practica la estética de la repetición.* La telenovela como la política ponen en escena siempre la misma historia a lo largo del relato y el mismo discurso: yo te amo, yo te salvo, yo soy el pueblo; porque se goza lo que se sabe, se reconoce y se practica. Y se emociona con las pequeñas variaciones que son los suspensos, secretos, intrigas, enemigos que hacen mover la historia.

– *El relato se basa en el secretismo, engaños y pasados desconocidos.* La política y los gobernantes gozan de hacer que la sobrevivencia del amor –proyecto, relato, misión– siempre esté amenazada por enemigos ocultos, ardidés de las fuerzas oscuras, maleficios que regresan de la historia, secretismos y conspiraciones que generan suspenso y drama al relato: todo

está apunto de perderse si no persistimos en la fe y el amor. – *La política y la telenovela son la realización de una promesa de ascenso social, amor y justicia.* La promesa de la democracia es el ascenso social –progreso– y la justicia – igual para todos–. El amor de verdad y el del presidente nos llevarán a un mejor vivir –ascenso social– y a la justicia –venganza contra los enemigos del proyecto–. Y eso es la política.

Y como en toda buena telenovela, la promesa es el *happy end* que se da cuando él o la presidente y el pueblo se casan, son felices y se vive el amor eterno¹². En política el *happy end* es la reelección infinita: tendencia de los gobernantes del siglo XXI en América Latina.

El efecto de las *culturas bastardas*¹³ en la política es evidente, tanto que nuestros gobernantes devienen *melo-presidentes* que aman continuamente a su pueblo. El resultado es de telenovela porque son muy populares –*rating*– y el pueblo los ama –melodrama– porque hacen posible la belleza, moral y virtud del pueblo –política–. Y es que cuando se analiza el éxito comunicativo de nuestros *telepresidentes* (Rincón, 2008), se encuentra que ellos y ellas lo que han hecho es meterle pueblo al poder y melodrama a la sociedad y el Estado.

12 México, el más industrial productor de la telenovela clásica, con la historia de Enrique Peña Nieto transformó el formato: ÉL, el galán gobernador, se enamora en Televisa de la princesa, Gaviota en Destilando amor –la novela de mayor éxito del momento– y luego se casan. El final es cuando ÉL (Peña Nieto) y ELLA (Angélica Rivera) llegan a la presidencia. Antes el ideal de la telenovela y era el matrimonio, ahora es la presidencia: lo popular aspira a más, y Televisa y la democracia lo hacen realidad.

13 Qué ideología mas bastarda que la revolución ciudadana de Ecuador: galán que enamora a pueblo, va contra la partidocracia, pone a la justicia y al legislativo de su lado, hacer revoluciones socialistas en la salud, lo social, la educación y la infraestructura, devuelve el poder al Estado... pero descrea de la libertad sindical, la libertad de información, el pensamiento ecológica y de

Quedarnos a modo de explicación en que los *melo-presidentes* son *populistas*, *caudillistas* o *demagogos*, –conceptos que no son equivalentes teóricamente pero que tienen como base el *personismo* como democracia– o que son *mediáticos*, *telenoveleros* o *celebrities*, –conceptos que equivalen a la preeminencia del espectáculo sobre la política– y que le están haciendo *mucho daño* a la democracia y su institucionalidad, nos puede asegurar tranquilidad teórica y suficiencia ideológica, pero no es suficiente para comprender lo que está pasando y mucho menos para explicar por qué pasa y les va tan bien políticamente. La *telenovilización* de la política no es la causa de la crisis de la política y la democracia sino el signo público de lo “en qué” se ha convertido la política y la democracia en su forma agonística-estética-narrativa de resolver esas crisis¹⁴. Ahora lo que interesa para este ensayo es mostrar cómo lo *popular-politizado* es bastardo y es eficiente en la gestión del relato de la democracia.

la diferencia de las identidades densas... cree en Dios y va contra la posibilidad de las mujeres de decidir sobre su cuerpo... gobierna en “nombre de los derechos” pero descreo de “las libertades”... y cree que el enemigo está en los medios y que controlando el evangelio mediático triunfará la revolución socialista y cristiana. Lo mismo de bastarda es la del compañero devenido evangélico Daniel Ortega en Nicaragua. Y Chávez y Maduro se ponen en las manos de dios de Chávez. Y Uribe no decide, dios lo iluminará para intentar re-elegirse. Dios proveerá en las revoluciones socialistas y ciudadanas donde el pecado está en las libertades. Son otros modos exitosos y válidos, pero también bastardizaciones de la política.

14 Tal vez debamos intentar pensar que la crisis de la democracia representativa, la desafección por los partidos políticos, el éxito de los populismos (el populismo, se plantea como una forma de gobierno, pero no en términos peyorativos o de manipulación; sino de empoderamiento, emancipación), la práctica de una democracia melodramática tienen muchas causas en América Latina y no solo la farandulización de la política. Entre las causas están que la democracia fue un sistema impuesto, que no nació de la sociedad y por eso no se ha convertido en ethos de vida en común y se usa más como adjetivo para la lucha política; además, en la región, la democracia se ve como un sistema económico y de bienestar social, no como un modo de hacer política, sociedad, incrementar libertades y gestionar derechos: y si los problemas de injusticia e inequidad no se han resuelto es culpa de la democracia. Y además la institucionalidad democrática es muy lenta para el cambio y las transforma-

También se puede intentar explicar que en todo este desprestigio para la democracia, los partidos y la institucionalidad, ha habido un *exceso de tono* de los medios de comunicación, ya que han venido pregonando desde hace mucho tiempo que la democracia, los partidos y las instituciones son corruptos, injustos, ineficientes. Pregón que buscaba legitimar a los medios y los periodistas como únicos actores legítimos y creíbles de la democracia. Por eso, cuando llegaron los nuevos presidentes –esos sin partidos, esos *demagogos* que vienen a salvar al pueblo, esos *caudillistas* que usan su autoridad como verdad, esos *celebrities* de melodrama, esos que usan lo *popular* como modos de gobierno–, se dieron cuenta que parte de la lucha por *el relato de la hegemonía política* y el *mercado de la opinión pública* consistía en romper con el monopolio mediático del relato, y que gobernar y el asunto de la democracia consistía en comunicarse bien con el pueblo. Y, así, se llegó al *Estado comunicador* o cuando toda la institucionalidad estatal y las acciones políticas se diseñan para interpelar al pueblo y marcar bien en las encuestas de preferencia. Y ahí todas las formas de lucha comunicativa son posibles: fútbol y publicidad popular –se anuncia en los enemigos por decisión técnica– y lucha teórica y *culturosa* en lo mediático –se producen medios en otra lógica–. Así llegamos a los presidentes *celebrities*, las democracias de *simulación* y los ciudadanos *entretenidos*. Y así nació un nuevo modelo de racionalidad política en democracia: la telenovela del gobernar.

ciones que exige la sociedad. Estas son generalizaciones que se habitan desde y en la sociedad de la opinión popular mediatizada. Si de algo sabe América latina es de conflictos que no se resuelven democrática sino autoritariamente (gobiernos de facto que bastardean el poder/saber popular). Lo que sucede es que en lo popular y más si es bastardo se termina siendo light, reduccionista, conserva. Hay temas sensibles como los juicios a los genocidas en el sur, que se dirimen en las instituciones democráticas. Y la re-institucionalización del Estado ha llevado a Evo, Lula, Correa a transformaciones estructurales de sus sociedades. Por ahora, y mientras no tengamos otros modos de gestionar la democracia, las institucionalidad democrática es la que permite, como dice Mouffe, la expresión y resolución dialéctica de los conflictos de intereses.

En este contexto, la *cancha* donde se está jugando la democracia en América Latina es en los medios de comunicación: ahí se lucha por el relato de la hegemonía política y por los modos políticos de ser reconocidos. En esta lucha por el relato mediático pareciese que toda la democracia se jugara en el control de los medios de comunicación y que no hubiese realidad más allá de los medios. Así, los medios de comunicación se han convertido en actores súbditos o de contradicción de los gobiernos de la región. En esta lucha por quién cuenta el relato, algunos gobiernos –Venezuela, Bolivia, Nicaragua, Ecuador– han decidido saltar por encima de los medios de comunicación y de la libertad de expresión, y han optado por hablarles directamente a los ciudadanos y buscar el control de contenidos, a la vez que convierten a todo aquel que se oponga a ellos en su gran enemigo. Otros gobiernos –México, Chile, Colombia, Perú, Paraguay, Brasil y los centroamericanos– han decidido hacer alianzas estratégicas con poderosos medios de comunicación y juntos construir un único relato cerrándole el espacio a las otras voces que se salen de la versión oficial. Y otros –Argentina y Uruguay– trabajan desde un modelo agonístico de la comunicación pública, por eso han respetado la libertad de expresión, no se meten con el control de contenidos pero si intervienen legislativamente para pluralizar la propiedad y ampliar los sujetos y colectivos de enunciación. El resultado de esta lucha está en que mientras los presidentes se convierten en entretenedores-actores-periodistas, los medios de comunicación y los periodistas mudan en actores políticos, una democracia *invertida*: una democracia *reality* en la que lo que importa no es lo que vivimos, ni las ideas, sino lo que vemos del poder.

Las teorías políticas que defienden la institucionalidad democrática y la modernidad de razones explican poco. Se hace sentido desde *el otro lado* de las teorías políticas, desde el entretenimiento, la telenovela, el melodrama y el populismo como modo de gobernar (Laclau 2005). Es desde este otro lado que se puede explicar estas formas bastardas que toma la política para *democratizar* a la democracia¹⁵. Lo mejor es que en la *melo-política* hemos devenido ciudadanos que en simultáneo nos emocionamos y apasionamos con la política pero somos *contemplativos* porque esperamos que el héroe-político resuelva por nosotros. Esto nos recuerda que la políti-

ca, siempre, se ha jugado con los referentes, lenguajes y prácticas de los que estamos hechos en cada sociedad; con las culturas políticas localizadas: siempre ha sido practicante de las *culturas bastardas*. Y no debemos olvidar que la política está hecha de pueblo y es una práctica de cultura popular.

Happy end: el ciudadano celebrity

El final feliz en democracia siempre es el poder de las ciudadanías. Si Mouffe (1992) y Rodríguez (2008) nos dicen que la ciudadanía es una experiencia que toma lugar en el territorio y que extrae –o no– porciones de poder [...] para ir transformando la comunidad en sus relaciones conflictivas. Esto significaría que hay ciudadanía(s) porque hay diversidad de luchas de poderes. Pongamos que hablamos de *ciudadanía(s) densas*¹⁶, fuertes, irrenunciables y lentas –aquellas que luchan y activan derechos– y *ciudadanía(s) leves*¹⁷, débiles, efímeras y fluidas –aquellas que

15 Francisco Panizza (2014) considera que el populismo es “un modo flexible de persuasión” (citando a Michael Kazin), y unos modos de apelar e intervenir. Pero que se requiere como “la condición necesaria” una crisis de la representación, la existencia verosímil de una narrativa que defina la crisis y prometa un nuevo orden político. Y afirma que “el populismo le recuerda a la democracia que el pueblo es el depositario último de la soberanía” [...] y que “el ciudadano es el actor de la democracia”. Por ahora en América latina somos más pueblo que ciudadanos. Pero está claro que el populismo es una forma de la persuasión, un modo de apelar y una retórica de la intervención.

16 Las ciudadanías densas son las que se alojan en los derechos, que para el caso argentino serían la estatización del sistema previsional, la Asignación Universal por Hijo, la política de derechos humanos, la política educativa, la ley de medios audiovisuales o la ley de matrimonio igualitario. Estas ganancias ciudadanas tramitadas agonísticamente a través del Estado cambian “las condiciones de existencia” que permiten que colectivamente la sociedad mejore su autoestima pública, ciudadana y política: su felicidad.

17 Las ciudadanías leves responden a otras aspiraciones ciudadanas –para no llamarlas derechos– que la gente considera importante porque tienen que ver con su felicidad cotidiana como ver el fútbol –y ahí “fútbol para todos” es una

generan poder en la vida cotidiana—. Un final feliz muy bastardo es imaginar que las industrias del entretenimiento producen unas ciudadanías leves que llamo *celebrities* (Rincón, 2010-2013) y celebran las visibilidades del sujeto popular en las pantallas que le habían sido negadas; ese *derecho* a estar en las pantallas, *derecho* a tener pantallas propias, *derecho* al entretenimiento. El *derecho* a ser reconocido y estar en las pantallas con voz, rostro, historia y estética propia como condición para la felicidad y la autoestima del sujeto en esta sociedad del espectáculo.

Dicho vulgarmente: así como el sistema de salud pública aumenta la felicidad colectiva y la autoestima de una sociedad; ser reconocido y estar en las pantallas es condición para la felicidad y la autoestima del sujeto en esta sociedad del espectáculo. ¿Por qué solo pueden salir en las pantallas los que tienen poder por dinero, formación académica, posición de clase y criterios de gestión? ¿Por qué si salen los ciudadanos cotidianos deben hacerlo en las gramáticas de estética y relato de los enunciadores privados o públicos? ¿Por qué los ciudadanos de a pié deben ser *representados e interpretados* por los enunciadores de los medios públicos y privados? ¿Por qué los ciudadanos del común deben ser *agendizados* por los enunciadores de los medios públicos y privados como sujetos problema, sujetos que se quejan, sujetos del miedo?

El problema no es de unos medios de contenido *políticamente correctos*: sin racismo, sin machismo, sin homofobia, sin clasismo. No. El racismo, el machismo, la homofobia, el clasismo son parte de la conflictividad de la sociedad, ahí es donde hay relato y agonismo. Así como en la ciudadanía se trata de no negar el conflicto sino de procesarlo de manera agonística, el relato mediático tiene como

felicidad en la Argentina—; marchar por la causa que le parezca justa —el derecho humano es a la protesta y a la manifestación como actos de libertad de expresión— que puede ser los “derechos” de los animales, la no tala de árboles o a que no se cierre una señal de televisión; convertir a las calles en ciclo ruta los domingos (caso Bogotá); incentivar el uso de la bicicleta y el caminar la ciudad.

constitutivo al conflicto. La diferencia está en cómo y por qué vías se resuelva el conflicto.

Lo que las *culturas bastardas pop-pular* afirman es que una vía para resolver el conflicto público de las pantallas es poniendo al ciudadano en ellas sin colocarle condiciones de estética, agenda, voz y relato: la idea es que sean ellos mismos ahí. Y todo porque tienen derecho a estar ahí y en sus propios términos. Y todo porque las pantallas mejoran los pactos de confianza del colectivo e incrementan la autoestima del ciudadano al convertirlo en una estrella de su comunicación y espectáculo.

Por eso es que si habitamos las *culturas bastardas*, queremos estar en esas pantallas del *mainstream* para ser *celebrities*: existir en nuestra comunidad de referentes. Eso del “ser alguien” mediáticamente o en las redes, en la sociedad del espectáculo, ese ser famosos en la comunidad de uno –territorial y digital¹⁸–: ese mejorar la autoestima y existir en el cielo mediático y digital. Y para ser ciudadano *celebrity* hay que echar mano de todos los formatos y todas los recursos de experiencia que tengamos –culturales, mediáticos, digitales–. La verdad es que el sujeto popular actúa sin reparar o valorar –porque no lo sabe o no tiene conciencia– si al usar ese formato o esa narrativa o esa estética sea habitar un gusto o estética o narrativa colonizada e imperialista, tampoco sabe si está resistiendo... solo vivencia que se divierte y que quiere estar ahí en esa escena *pop* para ser alguien.

Si ser ciudadano es ganar poder en la vida diaria y aumentar el bienestar social y simbólico, las *ciudadanías celebrities* (Rincón, 2010-2013) consistirían en *la producción* del uno mismo desde y en la demanda de *entretenimiento* –gozar en el gusto de uno–; en *la expresión* del uno mismo para hacerse visible desde la propia estética y la propia voz; en *la acción colectivista* de ser junto con otros; en

18 Así como el migrante o el nuevo rico cuando triunfa quiere demostrarlo y documentarlo es en su barrio, así mismo queremos ser visibles y exitosos en nuestra comunidad de medios: en nuestros referentes: ser celebrities cercanos.

la afirmación de la identidad o ese encontrar un lugar en el mundo para ser la estrella de su propia pantalla y en los propios términos.

Las *ciudadanías comunicativas* son leves en su versión de *estar en las pantallas* y participar del *entretenimiento* pero son densas en la lucha que se libra en América Latina por el estatuto de la comunicación en términos de asunto de Estado, libertad de expresión, derecho a la comunicación, pluralidad de voces, diversidad de visibilidades y representaciones, marco civil de internet... En este contexto, las pantallas y el entretenimiento no son tanto un accesorio sino un territorio donde se disputan y dirimen conflictos políticos –colectivos, de clase, derechos– y relatos de hegemonía política. Y esta lucha es, también, narrativa y de estéticas, no solo de contenidos. Los formatos, también, tienen ideología.

La comunicación popular debe transformar al sujeto popular de audiencia en productor de su propio entretenimiento y relato. Y para esto debe reconocer que habitamos las *culturas bastardas* y queremos y deseamos *lo celebrity*. Si a los presidentes se les da tan bien, por qué no hacer que los ciudadanos se tomen las pantallas en sus propios estilos, gustos y formatos. La revolución está en *pasar de la sociedad de audiencias de masas a la sociedad de masas expresivas*: donde todos contamos en las pantallas. Para eso, menos contenido y más relato. Y eso es muy político.

Bibliografía

- Adichie, Chimamanda, *El Peligro de una sola historia*. Arcadia, N° 56, mayo-junio: 24-25, 2010.
- Alabarces, Pablo y Rodríguez, María Graciela (comps.), *Resistencia y mediaciones. Estudios sobre cultura popular*. Buenos Aires, Paidós, 2008.
- Alabarces, Pablo, “Transculturales pospopulares. El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales latinoamericanas”, *Revista de Cultura y Representaciones Sociales*, Vol 7, N° 13, México, UNAM, septiembre, 2012.
- Bhabha, Homi K., *El lugar de la cultura*. Buenos Aires, Manantial, 2002.

- Borj, Bernado (ed.), Poder político y medios de comunicación. De la representación política al *reality show*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2010.
- Gaitán, Jorge Eliécer, “El país nacional y el país político”, (discurso pronunciado para la campaña presidencial de las elecciones de 1946 en las que se enfrentaron 2 líderes liberales (Gabriel Turbay, candidato oficial del partido liberal), Gaitán (liberalismo disidente) y Ospina Pérez (Conservador), 1945.
- García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas*. México, Grijalbo, 1990.
- _____ *Gramsci y las culturas populares en América Latina*. Seminario “Le trasformazioni politiche dell’America Latina: La presenza di Gramsci nella cultura latinoamericana”. Instituto Gramsci. Ferrara. 11-13 septiembre, 1985.
- Kirchner, Néstor, Discurso de asunción, 25 de mayo de 2003.
- Laclau, Ernesto, *La razón populista*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Lerchner, Norbert, Especificando la política, Documento de trabajo, Programa FLACSO-Santiago de Chile, Número 134, enero, 1981.
- Lula, Discursos de asunción, 2003.
- Martel, Frédéric, *Cultura Mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*. Barcelona, Taurus, 2011.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili, 1987.
- _____ *Cultura popular y comunicación de masas*. Buenos Aires, UBA. <http://www.uned.es/ntedu/asignatu/3JMartin-Barbero.htm> Este texto está ubicado en la página web de la Universidad de Buenos Aires: <http://catedras.fsoc.uba.ar/rubinich/abarbe.html> (Fecha de consulta 10.05.2003), 1982.
- _____ *Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio* en: M. Simpson (comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*, UNAM, México, 1981
- Martín Barbero, Jesús y Muñoz, Sonia, *Televisión y Melodrama*. Bogotá, Tercer Mundo, 1992.

- Mouffe, Chantal, *El retorno de lo político: Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Barcelona, Paidós, 1993.
- _____ *La democracia radical. ¿Moderna o posmoderna?* *Revista Foro*, 24, 13-23. 1994.
- Morales, Evo, *Discurso de asunción ante el Congreso Nacional de la República de Bolivia*, el 22 de enero de 2006.
- Panizza, Francisco, *Intervenciones, identidades e instituciones populistas*, Colombia Internacional 82, Septiembre-diciembre, pp: 291-295, 2014.
- Perón, Juan Domingo, *El pueblo ya sabe de qué se trata*, *Discursos* (selección de sus discursos pronunciados entre Noviembre de 1944 hasta Julio de 1946), Buenos Aires, Editorial Freland, p. 185 (Discurso de Perón (17 de octubre de 1945) (dialogo entre manifestantes y Perón desde el balcón de la casa rosada), 1973.
- Rincón, Omar, *Los telepresidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Bogotá, C3FES, 2008.
- _____ “No más audiencias, todos devenimos productores”, en: *Revista Comunicar*. Huelva, Grupo Comunicar, número 30, pp. 93-98, 2008.
- _____ “Estos/medios/apropiados: cuentos indígenas de la paciencia, la identidad y la política”. *Revista Folios*, Universidad de Antioquia, 2010.
- _____ “*Melo-política*: de la comunicación sin ideología o la política como telenovela”, Ismael Crespo y Javier del Rey (eds.) (2013), *Comunicación política y campañas electorales en América latina*. Buenos Aires, Biblos, 2013.
- _____ “Las identidades y las sensibilidades como innovación mediática y narrativas colabor-activas.” *Revista Dixit* N°19: julio-diciembre, Universidad Católica del Uruguay, 2013.
- _____ *El pueblo es Dios*, Colombia Internacional 82, Septiembre-diciembre, pp: 303-31, 2014.
- Rincón y Magrini. ¿Por qué nos odian tanto? [Estado y medios de comunicación en América Latina], Bogotá, c3>FES. 2010.
- _____ *Mediática del poder*, blog de lasillavacia.com, 2011.
- Rettberg, Angelika y Rincón, Omar, *Medios, democracia y poder*. Bogotá, Ediciones UniAndes, 2011.

- Rodríguez, Clemencia, *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*. Cresskill, NJ, Hampton Press, 2001.
- _____. *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá, C3 Fundación Friedrich Ebert, 2008.
- _____. *Citizens' media against armed conflict. Disrupting violence in Colombia*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 2011.
- Rodríguez, Clemencia y el Gazi, Jeanine, "The Poetics of Indigenous Radio in Colombia." *Media, Culture, and Society* 29(3): 449-468, 2007.
- Rodríguez, Esteban. *Estética cruda*. La Plata, Grupo La Grieta, 2003.
- Seman, Pablo y Vila, Pablo, *Cumbia, nación, etnia y género en Latinoamérica*. Buenos Aires, Gorla-EPC, 2011.
- Vargas, Getulio, *Carta-testamento*, 24 de agosto de 1954. Disponible en: <http://palavrastodaspalavras.wordpress.com/2011/08/24/carta-testamento-do-ex-presidente-getulio-vargas-57-anos-de-seu-suicidio-rio-de-janeiro/>

ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN POPULAR TEORIZAR ES INTERVENIR

Por *Claudia Villamayor*¹

América Latina cuenta con prácticas y estrategias de comunicación que se reconocen por sus intencionalidades y propósitos emancipatorios de lo cual podemos tener registro en diversidad de relatos de experiencias, bibliografía de autores altamente comprometidos con la mismas y esfuerzos de estudio y reflexión colectivas en diferentes espacios de formación e investigación dentro o fuera del campo académico universitario.

Podemos reconocer prácticas y protagonistas pero también autores y autoras que dan cuenta de ellas con intención de objetivar nociones, metodologías de intervención y perspectivas de ambas cuestiones explicando matrices de un modo de hacer y pensar que podemos rastrear por sus genealogías de producción de conoci-

1 Docente e Investigadora (UNLP-UNQ). Directora de la Tecnicatura en Comunicación Popular de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina.

miento con la intención de instituir un campo de conocimiento que amerita historización y reflexión.

El estudio de la comunicación con diversas denominaciones adjetivas, del tipo popular, alternativa, comunitaria, participativa, liberadora, insurgente, para el desarrollo o para el cambio social se han ido sucediendo en el continente latinoamericano en los últimos setenta años. Aún así queda mucho por hacer para instituir dentro del mapa de las ciencias sociales una dimensión de trabajo que reúna la noción de comunicación y emancipación como rasgos generales.

La comunicación como dimensión teórica, política y de comprensión de los procesos sociales cuya adjetivación alude a procesos políticos de emancipación amerita dar cuenta de su carácter performativo. De lo que aquí se quiere dar cuenta es de la necesidad de objetivar modos de esa performatividad, que desinstala y pretende modificar, dígame claro, las consecuencias y la complejidad política y cultural del capitalismo en la vida planetaria. Es esto lo que nos convoca para mirar y comprender, aprehender cómo se vuelve recurso emancipador historizando procesos sociales e identificando las subjetividades colectivas que los llevan adelante.

Entrar a esta reflexión supone un trabajo sistemático, riguroso, que no tendría que ser autoría de una sola mano, sino de varias, cuyo mérito puede estar más asentado en la producción colectiva que la individual. Y aun así, lo que más se quiere destacar es que para dar cuenta de las matrices de las que está hecha la relación comunicación y emancipación hay que buscar la multiplicidad de sujetos puestos en relación a partir de conflictividades sociales. Ese trabajo, por cierto intelectual, se vuelve orgánico y polifónico de aquello que da cuenta, cuando hace que el saber producido sea resultado de la articulación y sistematización analítica de quienes producen la acción política de un proceso de transformación social.

La comunicación en tanto dimensión de lectura y producción de la sociedad, es ineludible para construir cualquier tipo de modelo socio cultural. Es parte sustancial para la construcción del poder, del Estado, del mismo mercado, de cualquier sistema social hegemónico o contra hegemónico. Hablar de comunicación es nombrar

modos de relacionamiento del tejido social, personal, interpersonal, institucional, organizacional, partidario, sectorial o movimientista. Implica modos de ser y de interactuar, modos de narrar y de narrarse, donde no sólo cuenta lo que cada quien quiere decir, sino todo lo que se juega en esa interacción: las identidades, la interculturalidad, las historias, los cuerpos, las visiones del mundo, la proyección que se hace en torno de la sociedad y el Estado, los modos de participación para gestar las condiciones sociales, políticas, económicas en las que se quiere vivir.

Para poder comprender dichas relaciones se ha puesto atención en el devenir de los procesos, en las confluencias de las mediaciones, en el registro de las desigualdades, en la definición del conflicto social y en la capacidad que tienen las tecnologías de la comunicación para producir múltiples interactividades en medio de esos escenarios.

A estas alturas, ya no es novedad que aludir a la comunicación implica no sólo hablar de una noción singular ligada a la producción social del sentido en tanto trama de la significación y construcción de subjetividades; como tampoco es novedad reconocer que la comunicación implica decir posicionamientos políticos y modos de marcar la existencia, la estética y la circulación del poder.

Cuando a la comunicación se le ponen adjetivos, como insurgente, popular, alternativa, ciudadana, alterativa, participativa, educativa, liberadora, o se le destinan fines como comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, ahí comenzamos a hablar de prácticas y de historias que tienen protagonistas y narraciones propias. Allí se da cuenta no sólo de una noción significativa elaborada por un grupo de *expertos*, se habla de perspectivas construidas por sujetos singulares y en la situación histórica cuyos narradores son sus protagonistas.

Las narraciones son diversas. Relatos que adquieren lenguajes y oralidades, modos escriturales que obtienen creatividad y formas/contenidos, que no necesariamente se nivelan desde un grupo de *conocedores del tema* sino que es una construcción dialéctica y compleja de relatar, porque cuando es nombrada, dice desde la pluralidad de los universos y sus modos del relato.

Teorizar es también una práctica emancipadora de la comunicación popular

En cada uno de los continentes existen movimientos y prácticas socioculturales con propuestas de comunicación social que abren caminos para que la mayor cantidad de seres humanos y humanas puedan expresar su derecho a comunicarse personal y grupalmente. A estas alturas desconocer este registro socio cultural, es perder de vista, uno de las pulsiones de vida más esperanzadoras de la sociedades locales, regionales, nacionales o internacionales.

Insistentes mundos que quieren nombrarse, escribirse, visibilizarse y posicionar voces. Adquirir un lugar de enunciación en las ciencias sociales quiere decir superar el relato de la experiencia para construir mapas genealógicos que no den solo cuenta de una historia necesaria por contar. Lo que se pretende es aprehender de qué está hecha la conflictividad social y la producción colectiva de un conocimiento atravesado por luchas de transformación. Se trata de epistemologías que son al mismo tiempo aprendizaje político. ¿Epistemología del hacer? Supera la noción de empirismos causales o de meras prácticas. Nada es tan espontáneo, siempre hay matrices nacidas de confluencias de reflexiones que nacen en la intranquilidad y la vocación por alterar un orden social e histórico que deja afuera la vida humana de grandes mayorías sociales. ¿De qué están hechas esas matrices? ¿Cuáles son las biografías colectivas que emergen en la conflictividad social? ¿De qué lectura socio histórica parten esos colectivos sociales que se organizan para gestar procesos comunicacionales de supuesta emancipación? ¿Qué identifican como necesidad que amerita transformación? ¿Cuáles son sus enfoques, perspectivas? Se arma un saber situado e histórico a partir de preguntas surgidas de un conocimiento que nace de la comprensión de unas prácticas que se hacen pero que al mismo tiempo son productoras de una nueva acción social, política e histórica.

De este modo es necesario abrir la reflexión, instalarla en la investigación y por sobre todo desde tramas de conocimiento que permitan armar lecturas transversales de las prácticas, revisarlas para objetivar miradas de acción político cultural de tipo emanci-

patorias. Las categorías que se pueden armar, no son el resultado de una operación analítica pos prácticas sociales, al menos no como única forma del conocimiento. Se pueden construir mapas de análisis que permitan objetivar la teorización que surge como resultado de saberes narrados por los sujetos, los procesos históricos, sus tensiones, sus contradicciones. La noción de desnaturalizar lo dado para mapear comprensiones y al mismo tiempo que de ellas surjan herramientas conceptuales que no sólo sirvan para la investigación comprensiva sino que al mismo tiempo, puedan ser anticipadoras y orientadoras de acciones socio políticas.

Por cierto, no nos alcanza con dar cuenta de dispositivos súper estructurales de conformación del capitalismo. A modo de ejemplo: el estudio de las tramas del sistema de medios y de la conformación del capital es sustancial para mirar y comprender cómo se arman los poderes hegemónicos, altamente comparable al negocio del armamentismo bélico y tecnológico; a nadie le caben dudas de la necesidad de dar cuenta de ello desde todo el campo de las ciencias sociales. Sin embargo, no alcanza la sombra que dejan los resultados del poder normalizador y regulador de la sociedad para invalidar o arrojar a la marginalidad lo que surge en tanto prácticas de comunicación emancipatoria.

En el continente latinoamericano existen prácticas de comunicación que se nombran de maneras diferentes en base a la historia de la que provienen. Historizar esas prácticas es aun una tarea incompleta, a pesar de compilaciones, relatos y reflexiones escritos. Por eso se hace necesario abrir las ciencias sociales para que, desde ellas, se pueda trazar una ruta que permita instituir la reflexión histórica de estos procesos fundamentalmente políticos. Todos los adjetivos adquiridos de la comunicación y la emancipación tienen historia y matrices de pensamiento nacidas de múltiples procesos sociales, políticos, culturales y económicos en donde las teorías son emergentes comprensivos del conflicto social. ¿Para qué dar cuenta de ellos? No será para la producción de *papers* academicistas en escenarios de exhibición iluminista.

La idea de transformación está en el corazón de la teoría de la comunicación vinculada al cambio social especialmente en América Latina. Sin duda, es un campo complejo cuyas denominaciones

ya mencionadas tienen una vertiente de prácticas que se asumen transformadoras del orden establecido. Esto tiene que ver con el proceso político de los movimientos sociales reivindicativos. Los actores, sujetos, que fueron o son motores para animarlos.

En cualquiera de los casos, en la historia de la comunicación en América Latina, cada expresión está vinculada a perspectivas surgidas de las experiencias políticas y las formas de nombrarlas, son el producto de cómo sus protagonistas vivieron o viven el contexto socio cultural y comunicativo, en el cual se definen en lo que hacen y como lo hacen. Historizarlos es tarea de los estudios de comunicación y emancipación, objetivar las nociones que surgen de esas prácticas y –permítasenos de una vez por todas– quienes realizan ese trabajo, son investigadores/as cuya tarea no sólo objetiva actores, sujetos y procesos políticos, sino que él o ella misma es parte de ese proceso, desde su propio lugar. Y su lugar requiere de una actitud política que objetiva pero que también reflexiona y aporta sobre las mismas prácticas y con los sujetos en ellas comprometidos.

Dónde se gestan las matrices de un modo de hacer/pensar

¿De qué está hecha la teoría gestada en las prácticas? ¿Cuál es su dimensión política? ¿Se trata de dar cuenta de un lugar de gestación o –por el contrario– de dar cuenta de saberes, sujetos y procesos políticos sociales y culturales? Vale decir, explicar las tramas de las que está hecha la productividad emancipatoria de la comunicación supera el simple relato de la experiencia, que agota a estas alturas, por más rica que ella sea. Se hace necesaria la objetivación de tramas que surgen de los estudios de la economía política de la comunicación y la cultura, como de narrativas que no entran ninguna disciplina reconocible y que por eso amerita esfuerzo de producción teórica y metodológica.

Hay una tarea que supera la mera reivindicación de las prácticas. Por un lado, instalar a la comunicación en un lugar limitado

que manda a la marginalidad experiencias y prácticas populares, habla más de ignorancia respecto de cómo hacerlo que de la real aptitud de aprehender e investigar con rigurosidad académico/política. Pero también dejar que la práctica hable por ella misma sin objetivar desde dónde vamos a dar cuenta de ella, desde qué matrices investigativas se las aborda aunque sea para entrecruzarlas con las que surgen de esas prácticas mismas, es también despojarlas de historicidad y valor político transformador.

Hablemos en particular de las experiencias comunicacionales de las prácticas que provienen de la sociedad civil, como las *organizaciones sociales y culturales* cuyos objetivos de transformación está vinculado a la formación, investigación, producción de materiales educativos con multiplicidad de lenguajes, en torno de ejes temáticos y enfoques de renovados, producciones y movilizaciones artísticas –según el caso– vinculando a grupos sociales y movimientos sociales que están en la lucha por determinadas reivindicaciones. Muchas de estas organizaciones forman parte de dichos movimientos y a partir de su compromiso elaboran sus propuestas de comunicación –componente necesario– en tanto variable estratégica para el desarrollo de la formación, la investigación y la producción de materiales y de movilización social. A su vez, suelen tener medios de comunicación como recursos de desarrollo, que llegan a convertirse en el centro de la escena de sus trabajos.

Al mismo tiempo, sabemos de los *movimientos sociales* reunidos en torno a un objetivo reivindicativo inicial, se articulan en un espacio constituyente e instituyente de un modo de vida. No sólo están detrás de una causa de reivindicación social y/cultural sino que se convierten en lugares de contención de personas y de grupos que singularizan un modo de ser y estar en el mundo. Siendo esto un testimonio de lo que se quiere transformar en la sociedad global. Innegable su impronta política –en algunos casos con mucha incidencia ciudadana– sobre todo cuando se constituyen en espacios de resistencias de miles de personas y grupos sociales.

La sociedad civil es inagotable y ya viene de largo para rastrearla también en ese actor político protagónico en la construcción social de las realidades que son los *medios de comunicación*.

Desde 1949 a la fecha, en el continente latinoamericano, los medios de comunicación han sido fuente de producción teórica, metodológica para la definición de la comunicación y de todos sus adjetivos transformadores.

Ya sea que surgieran de movimientos de alfabetización, movimientos sindicales, procesos políticos insurgentes, del mundo cristiano tercer mundista proveniente de la teología de la liberación o de otras denominaciones humanistas o religiosas, en todos los casos, son el resultado de un movimiento político. Vale decir la producción teórica surge de las prácticas y de los conflictos sociales, siendo de este modo la teoría una producción surgida de la praxis social.

En clave de comunicación también mencionamos a los *programas y proyectos sociales* que surgen de las políticas de Estado que pueden tener a la comunicación como componente estratégico, en general contienen líneas de formación y producción en comunicación popular. El Estado o más bien los Estados Nacionales, departamentales, provinciales, locales, internacionales, no son lo mismo en cada lugar del planeta. En América Latina, el papel central que adquieren los Estados comprometidos con procesos populares como el vivido en la república bolivariana de Venezuela, en la Argentina o en Bolivia nos permite preguntarnos por una comunicación popular que a diferencia de otras décadas, está incorporada a las políticas de Estado, ya sea por la vía jurídica como por la vía de ser un componente de la agenda de derechos humanos en las políticas públicas.

Organizaciones y movimientos sociales, políticos, culturales y económicos, políticas de Estado, medios de comunicación, sindicatos, experiencias cooperativas, organizaciones de empresa social, entre otras, son institucionalidades para revisar en su accionar pero también para objetivar de qué están hechas las matrices de ese accionar; mirar y comprender lo que pone en tensión en relación al sistema social injusto que dice desnaturalizar para poder transformar.

Esta forma de nombrar prácticas, por cierto, no es la única. Se podría configurar la noción de prácticas sociales desde campos problemáticos de múltiple transversalidad e institucionalidad, más que desde ámbitos específicos. Son modalidades del abordaje para

comprender tensiones y disputas de poder social pero también de un mejor conocimiento respecto de cómo se gesta la emancipación y al mismo tiempo cómo se puede potenciar.

Universidad pública y comunicación popular

El territorio de la universidad, en particular la de Estado, es altamente requerido para dar cuenta de las prácticas y procesos de la comunicación y la emancipación. Hablamos en este apartado de comunicación popular, donde efectivamente hay decisión y opción de posicionamiento. No será el único pero es el que se elige en este caso para dar cuenta de un campo de estudio, de reflexión y de vocación política. No partimos de neutralidades causales en las que no se cree.

Decidir hacer curricular procesos de formación para pensar, estudiar y hacer la comunicación y la emancipación hace parte de situar en el territorio de la Universidad una preocupación política acerca de la idea de comunicación como dimensión estratégica de transformación de la sociedad y la cultura.

En Argentina actualmente existen dos carreras de grado y una de pos grado vinculada a la comunicación y los procesos emancipatorios. La Tecnicatura en Comunicación Popular perteneciente a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata; es el primer proyecto curricular de América Latina con resolución oficial del Ministerio de Educación de la Nación (elaborada en el año 2011, aprobada en el año 2012 y cuyo inicio de cursada es en el año 2014). Una formación centrada en la perspectiva latinoamericana del campo de la comunicación y los procesos populares de emancipación. En su propuesta se abre la comunicación como perspectiva para pensar y hacer el Estado y la sociedad como clave transformadora en el diseño, planificación y gestión de políticas de comunicación, en la gestión de la comunicación como producción e ideación de contenidos para construir enunciación y performatividad cultural y política. Una propuesta formativa que explora lo popular y las epistemologías nacidas en procesos democráticos populares liderados por organi-

zaciones, movimientos sociales, culturales y políticos que a lo largo de la historia del continente trabajan por una sociedad justa libre y soberana. Esta formación se propone fortalecer académicamente agentes sociales y políticos que ya tienen participación en la acción y constituye a su vez a egresados de la enseñanza media con inquietudes de participación en la transformación del Estado y la gestión de organizaciones populares.

Otra carrera es la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Comunitarios con modalidad virtual, que se desarrolla en el marco del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes. Una propuesta que hace curricular la formación en la gestión político cultural, comunicacional, organizacional, técnica y jurídica de los medios populares. Primera carrera también en setenta años de estudio de los medios populares. Al mismo tiempo, en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, existe el primer pos grado que estudia la Gestión y Producción de Medios Audiovisuales cuya modalidad es la Especialización. Al mismo tiempo hay propuestas de diplomaturas y cursos de extensión en Comunicación Popular (es el caso de la Universidad de Buenos Aires) y lo que es aún muy auspicioso es la legitimación de asignaturas en las carreras de Licenciatura en Comunicación Social.

Sin duda, lo antes referenciado tiene una larga trayectoria de militancias previas a un hito sustancial en la Argentina que es la sanción de la Ley 26.522, llamada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. A la misma se arriba como resultado de prácticas de comunicación, ejercicio de ciudadanía y convicción política que permite darle normatividad a prácticas democráticas que habilitan no sólo la distribución de la palabra sino que garantizan la democratización de la sociedad y la cultura. Para ello se pone desde la experiencia de la universidad del Estado trayectos formativos que contribuyen a la profesionalización, profundización académica y política para construir el estatuto de la comunicación popular en las ciencias sociales y al mismo tiempo fortalecer el ejercicio de la profesión garantizando un lugar de enunciación política vinculado a la justicia social.

Para estas perspectivas la comunicación popular es aquella que conecta: historia, productividad de conflictos sociales, colectividad

que acciona transformación desde una doble capacidad, una que es política y otra que es simbólico cultural. La nombramos así, aunque en la práctica comprensiva nunca se separan. No se trata como un campo estrictamente específico. La comunicación popular no es una especificidad dentro de un arco liberal del conocimiento de la comunicación. Es una perspectiva que da cuenta de la significación, tanto de su operación de dominación, como su necesaria contra hegemonía social, cultural y política. En todo caso, la comunicación y la emancipación no es una corriente en sentido estricto, sino un enfoque político para intervenir en diversidad de territorios, incluido el de la universidad pública, en la sociedades nacionales e internacionales basado en la justicia social y en las soberanías políticas.

Lo que aquí se propone es enunciar a la comunicación situada en los procesos históricos de luchas por las democracias populares, por lo cual no habría una suerte de perspectiva que se pone por encima de ellos como si existiera una verdad “objetiva” y ecuaníme acerca del campo de estudios. Por el contrario, resignificar y nombrar a la comunicación con adjetivo no la remite a un lugar marginal y/o específico como una suerte de especialización en un tipo de comunicación. Más bien lo que aquí se propone es promover una corriente de la comunicación social en donde la dimensión política por la igualdad se llene de carnadura histórico política desde las matrices de epistemologías que se conectan y se miden por las desigualdades de un sistema político económico que revierte en exclusión social. Por lo cual estudiarla, comprenderla es revisar el modo en que la misma nombra a la que hace injusticia y la revierte en justicia. Producir significación, en este sentido, sería asumir su carácter performativo.

Territorios y legados impostergables

Mucho se habla de la noción de territorio como configuración político cultural, trazar la cartografía de los territorios de la comunicación y cualquiera de sus adjetivos, por parte de los ámbitos mencionados, es una preocupación teórica compartida por parte de varios investigadores e investigadoras del continente

latinoamericano. Hace falta arriesgar nuevas formas de interacción con el campo objetivado.

Y aquí, la noción de autor, autora, se escurre. Para hacer registro de la autoría colectiva, será preciso multiplicar las firmas y no apropiarse del saber con sentido substancialista, como si de una cabeza originalísima surgiera un saber revelado. No. Las luces son muchas, las fuentes de energía son de decenas, de cientos y de miles, olvidarlo es una contradicción para la comunicación popular y/o emancipatoria.

A lo largo de los años, desde 1947 hasta la fecha podemos registrar experiencias que fueron inspiración para comenzar a darle estatuto a la comunicación desde un punto de vista teórico político. Sin esas experiencias que vieron a la comunicación social como un recurso de transformación, no se habría tenido el cauce para reflexionarla.

Acción Cultural Popular (ACPO, 1947) y el sistema de comunicación de Radio Sutatenza en Colombia y con ella las nacientes escuelas radiofónicas en Bolivia, Panamá, Guatemala, Perú, Argentina, entre otras; las radios mineras bolivianas, las radios insurgentes en Centroamérica (1980), el video y la televisión educativa sindical en Brasil (1970), los medios grupales liberadores para la educación popular (1970-1980), la Agencia de Noticias ANCLA, Radio Rebelde en Cuba, medios campesinos e indígenas, medios populares contra culturales urbanos en la década de los noventa, medios comunales en el siglo XXI que toman al Estado para hacer la comunicación popular como es el caso de la República Bolivariana de Venezuela; los medios gráficos y las recientes experiencias del uso de las redes sociales, no sólo nos remiten a experiencias mediáticas sino también a perspectivas de la comunicación como bien social y como significación para la producción de sentidos socio culturales que reviertan en un cambio de sistemas sociales y de políticas de Estado relacionadas con las batallas de *los condenados de la tierra* como diría Frantz Fanon (1961).

Cada una de estas prácticas de acuerdo a la década en que han surgido desde 1947 hasta nuestros días, han tenido autores y autoras que se han ocupado de mirarlas y comprenderlas para dar cuenta de claves de producción y significación cultural y política.

Vale decir para que se vuelva conocimiento que sea capaz de hacer parte de un lugar en la intervención social.

Algunos autores se centraron más en la revisión de dispositivos superestructurales, es decir en analizar la economía política de la comunicación. Revisar el modo en que se arma el dispositivo mediático corporativo y para la construcción del poder del capital y no tanto en las prácticas mencionadas aunque las registren. Es el caso de Antonio Pascuali y la teoría crítica de la comunicación en 1970, aquel ensayo denominado *Comprender la Comunicación*, es uno de los antecedentes más importantes para la comunicación que busca el cambio social. El autor por aquellos años expresa que los problemas más importantes de la comunicación se derivan de la propiedad de los medios y de su uso. Una claridad meridiana al decir que los propietarios de los medios y la constitución de la emisión tienen una trama política y económica a la que le podemos poner nombre y apellido. La propiedad de las tecnologías y el poder mediático, instala un desequilibrio sustancial para la población, dado que no todos pueden hablar, sino aquellos que tienen el poder y la plata². Sin duda ha sido fuente de inspiración para numerosas experiencias de comunicación alternativa en dicha década.

Otro autor sustancial es Luis Ramiro Beltrán, que dio camino y letra fundamentada a las prácticas de comunicación para el desarrollo. Si bien había trabajo basto por parte de autores norteamericanos como Lerner y Roger³, Beltrán es el autor principal que le da espacio a reconocer y comprender la relación comunicación y desarrollo. En 1973, acerca del desarrollo dice que es: “un pro-

2 Antonio Pascuali, fue activo gestor del Proyecto Ratelve que promovía una política de radiodifusión educativa pública. En el marco del Consejo Nacional de la Cultura de Venezuela (1974-19878).

3 Gumucio Dagrón, Alfonso, Thomas Tufte. *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas históricas y contemporáneas*. CFSC. Social Change Consortium. USA, 2008.

ceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población del mismo en condiciones de dignidad, justicia y libertad”.⁴ Beltrán, interpela a la pregunta que sigue recorriendo el continente hasta nuestros días: ¿de qué desarrollo hablamos? Sus estudios interpellaron las lógicas desarrollistas del poder central, fundamentalmente norteamericano y animó a pensar políticas de desarrollo pensadas y realizadas desde los Estados nacionales y sus necesidades concretas, sus identidades culturales y con los actores sociales participando en la toma de decisiones. En ese mismo camino se inscribe el comunicólogo paraguayo Juan Díaz Bordenave cuyos aportes tienen que ver con dimensionar la comunicación en prácticas de organización campesina, mientras que en otras, ha trabajado la noción planificación y comunicación como paridades para la ideación de procesos transformadores que nacen en la acción colectiva. Del mismo modo el argentino Daniel Prieto Castillo, cuyo trabajo en materia de planificación y gestión de procesos comunicacionales articula a la educación y la mediación pedagógica para producir estrategias comunicacionales de la sociedad civil y del mismo Estado.

Hace falta trabajar e historizar sus obras y ponerlas en relación con el tiempo histórico que la desarrolló para entender la emergencia de un marco comprensivo y una voluntad política para ponerlo en clave de transformación. No hace falta estar en todo de acuerdo a un autor. No se trata de eso. Se trata de objetivar para mapear genealogías y recorridos emancipatorios. Tarea sustancial de un colectivo de trabajo que pide espacio en las ciencias sociales.

Otra forma de nombrar las prácticas de comunicación que pretendían procesos de transformación –o como se llamó en el

4 Beltrán, Luis Ramiro, ob. Cit. 2006.

final de los setenta y comienzos de los ochenta– fue la comunicación alterativa (experiencias y análisis de las mismas, para gestar teoría y volver a la acción). Así la denominó el chileno Fernando Reyes Mata⁵, esta perspectiva, no se ancla en el desarrollismo, moderno y/o difusionista, sino que mira la insurgencia para trama que teje la comunicación emancipatoria. Perspectiva que estaba interpelada por la insurgencia de Nicaragua y El Salvador, con la revolución sandinista (1979) y el proceso revolucionario desatado por el Frente Farabundo Martí de Liberación Nacional, respectivamente. Y por eso, una de las corrientes contrainformativas y contra culturales más apeladas en el movimiento estudiantil fue la comunicación alternativa.

Lo alternativo por aquellos años estaba ligado a gestar otro sistema social que el hegemónico, el clima de la época no animaba a ningún diálogo con el sistema masivo de medios y por eso, el *versus* masivo o alternativo, estaba en la agenda de los debates para pensar comunicación y cambio social. Se hablaba de alternativizarlo todo –revolucionarlo– inclusive la propia vida para gestar un *verdadero* cambio en la sociedad.

Lo popular sustentado en partir de las culturas de los movimientos sociales y de las prácticas de los sectores populares. Lo popular en tanto, promueve superar un progresismo etnocéntrico e iluminista. La razón de la comunicación popular y alternativa no es la razón de la vanguardia esclarecida. Esa era una de las pancartas más enarboladas por la corriente más aferrada a la noción de popular.

La comunicación popular y alternativa de todos los movimientos sociales en los años ochenta le dio especial cabida a aquellos que pedían pista rumbo a la década del noventa: movimientos campesinos, aborígenes, mujeres, identidades sexuales, artístico cultura-

5 Simpson Grinberg, Máximo, *Comunicación alternativa y democracia entre la vanguardia y la teoría de la dependencia*. Nueva Sociedad, N°71, marzo-abril, 1984.

les, medios de comunicación, con especial atención a las radios comunitarias y nuevos jóvenes estudiantes que tenían muy claro que a la palabra política había que añadirle la palabra cultura.

Otra denominación ligada de manera directa, es la experiencia de educación popular y el método del brasileño Paulo Freire, que desde la década del sesenta marcó todo un legado en el modo de trabajar y concebir los procesos emancipatorios.

Gestar medios y procesos comunicativos para el surgimiento de los más excluidos en tanto sujeto de derecho es una reivindicación y una práctica que tiene como principio el marco teórico construido por Freire. Partir del universo vocabular de los grupos sociales más castigados por la dependencia y le hegemonía capitalista, para promover su capacidad de escribir el mundo desde su perspectiva. Por lo tanto aprender a leer y escribir, es mucho más que una experiencia alfabetizadora, es una experiencia político cultural transformadora en tanto las personas se empoderan desde sus identidades y sus culturas para definir el mundo en el que quieren vivir.

Comunicación y educación, articulan una práctica popular que se vuelve estratégica para la emancipación de las grandes mayorías castigadas por un sistema social injusto. Otros dos autores centrales que nos marcaron en los ochenta y lo seguirán haciendo en los noventa son Daniel Prieto Castillo y Francisco Gutiérrez, quienes desarrollaron la teoría y práctica pedagógica que dio base al diseño de propuestas pedagógicas para la formación de comunicadoras y comunicadores sociales en el ámbito popular y universitario. Dichas propuestas trabajaron en la formación, pero también en la producción de materiales educativos que sirvieron de recurso para el trabajo en *comunicación educativa*.

La pedagogía de la comunicación, en el centro de la comunicación educativa, para gestar procesos emancipatorios, articula nociones de comunicación y cambio social que nacen en la lectura de las prácticas y su sistematización, promueve la objetivación de nociones y metodologías que nacen de esas mismas prácticas y eleva a recurso teórico político lo que resulta de la praxis del sujeto y la práctica trabajada y/o investigada. Toda una propues-

ta de intervención sobre los procesos sociales que está elaborada en la matriz de la denominada *mediación pedagógica*⁶.

Daniel Prieto Castillo es de los primeros en elaborar propuestas metodológicas en tanto praxis político cultural para la intervención en las prácticas sociales y en la definición de estrategias de comunicación. Especialmente en Planificación de la Comunicación y políticas de desarrollo. Elaboraciones que aplican para el ámbito de las políticas públicas y la sociedad civil. La producción teórica de Prieto Castillo, está recogida desde la elaboración y acompañamiento de praxis en el mundo rural, las organizaciones sociales nacionales e internacionales, como así también en la universidad pública.

Mario Kaplún y el libro *El Comunicador Popular* (1985), fue texto de cabecera de todos los militantes de la comunicación popular liberadora y es quien orientará con recursos teóricos pero también didácticos muy concretos, al igual que Prieto Castillo, el diseño de estrategias comunicativas para el aprendizaje personal y grupal. Educación para la comunicación es raíz fundadora de un modo de mirar la comunicación como estrategia de intervención en proyectos y programas sociales para el desarrollo y la generación de alternativas en materia de políticas públicas y prácticas de medios alternativos.

Cuatro voces femeninas –por supuesto que no las únicas– de implicancia fundamental en la interpelación de este tipo de comunicación se hacen oír en los ochenta, en la mira de las personas militantes de la comunicación popular y alternativa. Estas voces desarrollan prácticas de sistematización y de estudio investigativo para la producción de teoría y de prácticas. Ellas son Regina Festa de Brasil, Rosa María Alfaro de Perú, María Cristi-

6 Prieto Castillo, Daniel; Gutiérrez, Francisco. *La Mediación Pedagógica*. Ed. La Crujía, Buenos Aires, 1997.

na Mata, en Argentina y Amparo Cadavid Bridges en Colombia. Muchas de sus voces recién las leeríamos en la década siguiente.

Si se quiere comprender la trayectoria de la comunicación y el desarrollo con perspectiva de género, una obra ineludible es *Otra Brújula, innovaciones en Comunicación y Desarrollo* (2006) de Rosa María Alfaro Moreno. La autora, recorre desde el relato ensayístico y extraordinario, el testimonio de una subjetividad en busca de otro mundo posible, lo que significó y significa hasta nuestros días, la comunicación para el desarrollo.

Las organizaciones sociales y políticas, culturales y de la economía social, las radios educativas y participativas, los centros culturales y prácticas artísticas de comunicación y cultura traen novedad en tanto acuñada la noción de comunicación popular alternativa son prácticas que motivan al trabajo de intelectuales que participan de la mismas o que forman parte tanto de ellas como del territorio de la universidad para sistematizar nociones, metodologías y estrategias de conocimiento.

Amparo Cadavid, con amplio recorrido en el terreno de las prácticas de comunicación comunitaria y popular y la articulación con la universidad; con María Cristina Mata y ese brillante equilibrio de ligar el movimiento social y la universidad pública sobre el cual hablaremos para la década del noventa, dado que es el tiempo en que centenares de estudiantes latinoamericanos referenciarán a Mata en cuanto sistematización teorizada de comunicación no hegemónica existe. Esta autora es un punto de inflexión clave, para leer la teorización de la comunicación cercana a la práctica y al terreno del cambio social.

Regina Festa, marca rumbo en Brasil con la experiencia de los medios audiovisuales y el desarrollo de marcos comprensivos y uso estratégico de la comunicación popular y alternativa.⁷

7 Festa, Regina y Lins da Silva, Carlos Eduardo. *Comunicación popular y alternativa*, Paulinas/ocic-al/unda-al/uclap/wacc, Buenos Aires, 1986.

Estas referencias y subjetividades, son materia de estudio para mirar y comprender el modo epistemológico en que se objetivan saberes surgidos de las prácticas sociales, enriquecidos por la reflexión de autores y la elaboración de categorías, nociones y métodos que puedan potenciar y transformar esas mismas prácticas.

Lo que queda de ese legado, son marcos de referencia y testimonios, relatos de la comunicación no hegemónica o pretendidamente tal, que trazó el ejercicio de unas lógicas comunicativas que pretendían volverse estratégicas para promover emancipación social.

Como bien se ha dicho, donde hay una necesidad hay un derecho no ejercido. Así lo comprendieron los sujetos de los movimientos sociales que motorizaron las experiencias de comunicación no hegemónica en el continente latinoamericano y la Argentina no es una excepción.

También hubo organizaciones e instituciones latinoamericanas y nacionales que le dieron cabida fundamental a este terreno de praxis comunicacional y política como lo fue el Instituto de Cultura Popular en el norte de Argentina y el Centro de Comunicación Educativa La Crujía desde la ciudad de San Martín –Provincia de Buenos Aires, luego en la Capital Federal en la década del noventa–, para citar los más influyentes de la época. El Centro de estudios Superiores de Periodismo de América Latina (CIESPAL), la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), Radio Nederland Training Center, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), la Asociación latinoamericana de Medios Grupales (PROA), el Instituto para América Latina (IPAL), todos ellos han sido espacios de formación, investigación que durante las décadas de los setenta, ochenta y noventa han sido refugio de participación y sistematización de procesos de formación estratégicos de organizaciones, movimientos sociales y políticas de comunicación democrática.

Por otra parte el factor internacional político que marcó con claridad cómo estaba armada la partida de ajedrez en el mundo, fue conocer a cabalidad el documento del Nuevo Orden Informativo de la Comunicación (NOMIC), conocido como Informe MacBride, donde claramente se enuncia el pedido a los Estados Nacionales de la vigencia y la presencia en las leyes y normativas

de un derecho humano fundamental que es el derecho a la comunicación. No pasó desapercibido que fueran Estados Unidos e Inglaterra, quienes se retiraron de la UNESCO cuando se promovía este informe a nivel mundial. Claramente, todo aquello que atentaba al desarrollo del capital y sus lógicas competitivas, atentaba contra fuertes intereses de ambos países y de grupos monopólicos del mundo.

A nadie, bien informado de la comunicación se le escapa la vigencia de su objetivo y el análisis de los problemas de la comunicación en el mundo y las sociedades modernas, particularmente con relación a la comunicación de masas y a la prensa internacional para entonces sugerir un nuevo orden comunicacional que pretendía resolver estos problemas y promover la paz y el desarrollo humano. Este informe presentado en la Conferencia General de la UNESCO en el año 1980, habla, explícitamente, de las relaciones que se establecen entre los campos de la comunicación, las relaciones de poder y la democracia. El título original de este informe es “Un sólo mundo, voces múltiples”, al que se terminó por conocer como Informe MacBride a consecuencia de que Sean MacBride fue el Presidente de la Comisión Internacional que se encargó de este estudio. En el documento se establecieron los principios, las acciones y los puntos en los que debería basarse ese Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC). El Informe que hasta nuestro días es anotado en cualquier referencia sobre el derecho a la comunicación de los últimos cuarenta años, no debería ser una anécdota de consultores internacionales para alentar prácticas de comunicación popular o de cambio social, mas bien, de obligada lectura y puesta en conocimiento de activistas/investigadores que miran las condiciones de producción de iniciativas similares. ¿Para qué? Para aprender la batalla de estrategias de transformación y no letra políticamente correcta.

No nos alcanza con compilar y organizar lecturas, nos hace falta objetivar procesos político sociales, mapear diversidad colectiva de producción de conocimiento y salir de la mirada substancialista que pretende arrinconar en una sola definición lo que se nombra como comunicación y emancipación. Pretender arrin-

conarla en una abstracción que englobe es, por lo menos, una petulancia de autor unívoco que no le hace justicia a las prácticas, a sus protagonistas y a los procesos que llevan adelante. Es como ponerse por fuera de los saberes nacidos en epistemologías ajenas a la vida y el color de personas y grupos sociales que batallan otra sociedad posible. Aquí se elige la mirada del león como lo llama Boaventura de Souza Santos. La mirada del que ruge, allí donde la prolijidad de los *papers* no alcanza.

Margarita Graziano, es quizás, una de las investigadoras/comunicadoras más encendidas que desde la universidad le devolvió, en la década del ochenta y noventa, a las políticas de comunicación una clave de lectura de los procesos sociales. En los noventa, la noción de cambio se transformó. Escenarios de posmodernismo a ultranza y profundización del neoliberalismo, colocan a las prácticas sociales de la comunicación para el cambio social frente al desafío de resistir y generar diversidad, pluralidad y revuelta en una sociedad anestesiada por la despolitización y la crisis de representación social, el crédito a largo plazo, el dólar uno a uno y la tilinguería social y televisiva de las corporaciones audiovisuales.

Quienes tienen amplia y variada participación en el campo de la comunicación popular y alternativa, en los partidos políticos, la iglesia tercermundista, agrupaciones de derechos humanos, sindicatos, se salen de las instituciones tradicionales de la sociedad y se meten de lleno en el campo de la sociedad y la cultura.

La diversidad y la salida de la miradas maniqueas, desde el noventa a la fecha, es una preocupación central. Interesa adentrarse a comprender los procesos socio políticos desde la perspectiva de la cultura y nuevamente del derecho a la comunicación. Esto es base de una nueva configuración de prácticas y comprensiones teórico/política.

El espacio de la cultura como trama que gesta nuevos lenguajes y estéticas para renovados contenidos programáticos, es como reza la señal de medios de comunicación populares surgidos al margen de la ley. Voz radiofónica disonante con el menemismo, ataca a la cultura del *shopping*, y creación político cultural que urguetea donde le duele a la cultura menemista.

La comunicación alternativa resiste desde estos proyectos que se llenan de jóvenes, juntos a otros medios de comunicación alternativos y populares de todo el país. Organizaciones sociales, movimientos e iniciativas de comunicación como recurso estratégico para gestar ciudadanía es alimento de la resistencia a ser conquistados por la abulia y el desinterés por la política.

Esta es la década donde se ve que la universidad es un espacio de incidencia que hay que tomar porque si no se forman profesionales para traer aire fresco a la sociedad, se comete un grave error que históricamente separó a la universidad de las prácticas de comunicación y cultura popular. La demagogia puede acusar a la universidad innecesariamente de no comprometerse en el campo popular, pero es irresponsable quien no se mete en ella para transformarla y producir nuevas matrices de pensamiento e intervención social.

En la primera etapa de la década del noventa el trabajo intelectual fue sacar los viejos paradigmas de la comunicación popular de corte desarrollista. El interés residió en construir una mirada de la comunicación y la cultura popular y alternativa orientada a intervenir para buscar la tríada: prácticas sociales (movimientos sociales, medios, organizaciones de la sociedad civil), marco referencial político constituido, y condiciones materiales de existencia. Esta mirada fue la base para el armado de nuevas perspectivas, así como también la constitución del rol de comunicadora y/o comunicador estratega de cambio político cultural.

Entre las obras que marcan la senda de reflexión, podemos mencionar en 1987, *De los medios a las mediaciones* de Jesús Martín Barbero, que interpeló a estudiantes y profesores/as. También *La Semiosis Social* de Elíseo Verón, *La Invención de la Comunicación* de Armand Mattelart, *Matrices de Comunicación y Matrices Culturales* de Mabel Piccini, el siempre presente Antonio Gramsci, Louis Althusser, Valentín Voloshinov, Rosa María Alfaro, María Cristina Marta, Rossana Reguillo, serán trama que teje el sentido de los nuevos discursos sociales de las investigaciones y van en busca de diálogo con las prácticas de la comunicación y el cambio social. No son los únicos pero son las personas más citadas.

Durante toda esa década el esfuerzo teórico estuvo centrado en salir del dualismo causal, perspectiva binaria que sustenta a la comunicación como instrumento para otra cosa. Esta noción es el permanente relato de cuánta experiencia nueva se quiere gestar. Tesis, monografías, ensayos, artículos, introducen sus trabajos avisando la necesidad de salir de los determinismos causales. Un texto rico y siempre vigente –que se produjo en el Centro de Comunicación Educativa La Crujía– cuya autora es una investigadora precursora en el campo, María Cristina Mata, es: *Nociones para pensar la Comunicación y la Cultura*⁸.

El texto tiene la virtud de conjugar nociones que circulan en el continente, en las prácticas, que si bien en otros autores y autoras que hablan de la perspectiva relacional de la comunicación, nadie como Marita Mata, construye un relato articulador entre las prácticas sociales y las nociones teóricas.

Su propia configuración, es resultado de una preocupación política que emerge en la praxis (teoría/práctica) desde una epistemología alteradora en tanto ejerce la investigación y la comunicación, desde una mirada compleja y rigurosa que no apela sólo a la razón sino a la sensibilidad y el relato como narración transformadora.

Sin duda, existen otras referencias y otras subjetividades. Lo que cuenta en el final de los noventa, ya no son sólo la referencia, de nombres y apellidos, de prácticas y proyectos, de organizaciones sociales y/o movimientos ejemplificadores. Lo que se comienza a comprender con más claridad es la necesidad de construir a paso lento, pero detallado es la comprensión de las perspectivas de mundo y de comunicación que trabajar comprendiendo esas matrices es mirar los procesos sociales desde la perspectiva de la

8 Mata, María Cristina. *Nociones para pensar la Comunicación y la Cultura Masiva*. Ed. La Crujía. Módulo de la serie editada en el Marco del Curso de Especialización Educación para la Comunicación. Buenos Aires, 1994

comunicación y la cultura objetivando a qué tipo de cambio social se refieren cada una de ellas.

Las nociones y perspectivas del campo ingresan en las facultades en la medida que al interior de las mismas, surge el debate por la comunicación y los procesos sociopolíticos. Mucho depende de las concepciones que de universidad, ciencia y técnica se tenga para abrir espacio y generar debate democrático para producir conocimiento en clave de comunicación para el cambio social.

Es fundamental poder dar cuenta ¿de qué carnadura se arma el espíritu emancipador? ¿Qué tipo de subjetividades la llevan a la práctica? ¿De qué manera?, ¿qué marcos referenciales objetivan esas prácticas y las ayudan a superar y a convertirlas en agente de revueltas populares?

Hace falta producir teoría desde una epistemología que incluya la noción de subjetividades e identidades, personales y colectivas, que narren de la integralidad de hacerse de las mismas. No hablar desde las racionalidades despojadas de cuerpo y sensibilidad socio cultural. En términos de producción teórica, el camino está urgido y necesitado de producción que se atreva a probar, no a decirlo perfecto porque la perfección no existe. Investigar y escribir a riesgo de llegar a puertos difusos, pero intentar caminar sin pedir permiso. Buscar rigurosidad no significa, paralizarse frente a la imperfección, la duda, la inseguridad, arriesgar a teorizar, es una responsabilidad de los comunicadores y comunicadoras sociales.

La comunicación popular se vuelve impronta de la universidad y eso es una ventaja esperanzadora en la medida que convoca a la articulación entre docencia, investigación y extensión. Los protagonistas de los movimientos sociales, las políticas de Estado, las organizaciones que trabajan en este sentido, son los gestores de la novedad en tanto pueden ampliar sus horizontes en todos los ámbitos de la sociedad. Eso si, comunicadoras y comunicadores no deberían encontrar argumentos teóricos en laboratorios, sin cuerpo articulado en las prácticas.

La diversidad de nomenclaturas, aluden a diferentes prácticas de las que buscamos dar cuenta estudiando a las mismas, mirándolas y revisándolas desde las perspectivas teóricas hasta ahora

producidas y aquellas reflexiones que están en ciernes. Como se ha dicho no hay una sólo forma de nombrar, sino varias y trazar puntos de encuentro entre las mismas, implica comprender el sentido producido por las mismas prácticas. Qué dicen, de qué hablan, qué quieren transformar, qué ponen en juego para producir procesos transformadores. ¿Es parte de historizar? Sin duda, pero también requiere esfuerzo objetivar la manera de mirarlas, o las maneras. Es decir, trabajar las epistemologías de comprensión. Y en este sentido, nos sirven diversidad de perspectivas que pueden o no ser de origen latinoamericano. Es más, podría estar interpellando esta única fuente desde su lógica de denominación. A decir verdad, podemos hablar a las raíces indoamericanas, de los procesos de otras partes del planeta y al mismo tiempo considerar cosmovisiones que lo trascienden.

Un presente continúo

Partimos de legados, retomando autores y autoras, prácticas colectivas y procesos políticos que nos podemos explicar. Aun así, no alcanza para trabajar la novedad. ¿Se trata de innovación y petulancia intelectual? De ningún modo. De lo que se trata es de producir perspectivas haciendo hablar a prácticas pero definiendo posicionamiento político situado no sólo para mapear genealogías sino también para actualizar la significación/comunicación como dimensión posible de alteridad social. No somos neutrales, en la visión de ciencias sociales que aquí se sostiene.

Las juventudes que se animan a teorizar, recorriendo el continente, seleccionando las batallas para desnaturalizar el capital, tienen nombres nuevos, tanto colectivos como personales. Tanto en uno y otro caso, se hacen voceros de modos de comprender, pero al mismo tiempo activista productor de conocimiento para tomar partido en relación a caminos de justicia social.

La pregunta por la manera en qué se arma un orden social injusto y se hace trama en un dispositivo mediático, como claramente lo explicó Armand Mattelart, se actualiza en lo macro y en lo micro. La pregunta por la ideación y la significación en los mo-

dos de hacerse del mundo en las mediaciones socioculturales, se actualiza en los sensorium de grupos sociales. Hace falta perderse en el mapa nocturno como ya lo anticipó Jesús Martín Barbero hace décadas.

Aun así, no nos alanza. Ni compilaciones, ni preguntas que se actualizan. Las asumimos como un deber necesario e ineludible, por supuesto que sí. Sin embargo, la interpelación y el reconocimiento críticos de los procesos sociales, necesita de una vitalidad nueva en la construcción de intelectual del que teoriza para intervenir. Seguramente, padecerá de ausencia de citas de autoridad para dar paso a un presente que no tiene porque erigirse en territorio de hallazgos sagaces, sino de esfuerzo arqueológico para hacer del sosiego investigativo y analítico una herramienta de transformación. Comunicación popular no es un habla simple ni mucho menos una multiplicidad de dinámicas de grupo demagógica y funcional a cualquier aventura neoliberal vestida de horizontalismos. En su presente continuo recupera el legado político de trabajadores de la investigación comprometidos con el derecho a la comunicación, pero al mismo tiempo necesita trabajar sus perspectivas teóricas desde enfoques que han sido erráticos en otras épocas: el habla popular de las diversidad de género, las diversidades sexuales, las militancias de las juventudes y de las mujeres, de las perspectivas culturales de la niñez, de las artes contra hegemónicas, la agroecología, las perspectivas decoloniales y al mismo tiempo la desconstrucciones de Estados patriarcales, la permanente desinstalación etnocéntrica y egocéntrica de lógicas intelectuales que se alejan de *los nadies* como los llamó Eduardo Galeano.

La comunicación popular hace un trabajo político que reubica siempre una productividad semiótica que afecta el habla popular, la historiza, la problematiza y la relanza con la vitalidad del que se pregunta por la justicia y la hace, la igualdad y la soberanía social, política y económica. Es mucho más que empoderar voces acalladas, es abrir el territorio cultural para que existenciaros desterrados de la vida, no sólo la tengan sino que la produzcan.

Lo que aquí se propone es mapear para poder explicar no solo autores, sino prácticas políticas y modos de comprensión de

la emancipación desde la historia pero también rearmar propuesta para mirar y comprender la comunicación de manera situada y aun así no conformarse, sino producir categorías nuevas y matrices epistemológicas que construyan mirada y le demos estatuto teórico a la comunicación popular con capacidad de intervención.

TERRITORIALIDADES

CIUDADANÍAS JUVENILES CENTROAMERICANAS VIEJOS TRÁNSITOS, NUEVOS TERRITORIOS

Por *Amparo Marroquín*¹

Centroamérica ha sido uno de los territorios más invisibles en el análisis académico. Lugar de paso, de escala del vuelo, de violencias extremas que se resumen en titulares de los periódicos. Lugar de éxodos, de migrantes que se exportan hacia muchos países, Centroamérica se construye en base a discursos que desde los grandes medios masivos alimentan estereotipos y viñetas. El presente trabajo intenta construir una breve cartografía de la situación actual de algunos países de la región centroamericana y reflexionar desde ahí acerca de los ejercicios de comunicación, ciudadanía y política que se vienen constituyendo.

Los procesos de construcción de ciudadanías en particular en el triángulo norte de Centroamérica ha estado marcado por acontecimientos muy diversos: imposición de proyectos políticos y económicos; protagonismo de las fuerzas militares altamente represivas; guerras ci-

1 Docente e Investigadora. Doctora y Directora de Postgrados de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, El Salvador.

viles; fenómenos naturales que ponen en evidencia la vulnerabilidad de las grandes mayorías; expulsión de grandes masas de la población a través de diversos flujos migratorios y un protagonismo cada vez más creciente de distintos tipos de violencias, incluido el crimen organizado, en la configuración de las dinámicas locales y nacionales.

Desde el momento en que en el siglo XIX se inician los discursos configuradores de los Estados nacionales, el espacio público de la región construye sus ciudadanía a partir de formas en que los actores locales participan desde estrategias argumentativas, pero también lúdicas, territoriales y en los años más recientes, cada vez más transmedia.

El ejercicio de ciudadanía ha aportado a la construcción de la democracia y ha sido definido con matices desde la tradición liberal y el republicanismo cívico. En este estudio –breve ensayo– me interesa recordar la definición de ciudadanía democrática radical que fue propuesta por Chantal Mouffe: “una ciudadanía que no suscribe la adhesión racional a principios universales, sino que se concibe como un ejercicio de la democracia en las relaciones sociales, que son siempre individuales y específicas, lo que requiere una real participación en las prácticas sociales que tejen la trama tanto del Estado como de la sociedad civil” (1999, 21). Una ciudadanía que se constituye desde la construcción de redes, desde la recuperación del ámbito de lo simbólico.

La ciudadanía se trata de una forma de identificación y no exclusivamente de un estatus legal donde se adquieren derechos y obligaciones. El énfasis recae en esa identificación, “es una identidad política común de personas que podrían comprometerse en muchas empresas diferentes de finalidad y que mantengan distintas concepciones de bien”, pero que aceptan someterse a un conjunto común de reconocimientos que busca la construcción de un nosotros no falto de diferencias y negociaciones de poder (Mouffe, 1999, 101-102). Es por ello que desde esta aproximación la tensión y el conflicto se posicionan como constitutivos del espacio público. El riesgo que implica la construcción de un espacio público desde el consenso, concebido como ausencia de conflicto, es el de la exclusión o aniquilación de todo aquello que genera tensión. A partir del conflicto, más que del consenso, se parte de la sociedad civil, de las asociaciones y movimientos sociales con sus distintos intereses.

Iniciaré colocando tres historias que ilustran estos procesos que me interesa rescatar y desde estos pre-textos, revisaré algunas operaciones comunicativas que me parece importante colocar para la discusión sobre la comunicación.

Historia I: #VosEstásMuyJovencito o todo tiempo pasado fue mejor

El 20 de agosto de 2014 el entonces Alcalde de San Salvador, Norman Quijano, del partido de derecha Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), señaló en una entrevista televisiva que su contrincante NayibBukele, candidato del partido de izquierda FMLN (Frente Farabundo Martí por la Liberación Nacional), había hecho unos análisis erróneos en relación con la capital del país porque él “estaba muy jovencito”. La frase del alcalde dicha en un contexto particular desató una serie de movimientos en las redes sociales vinculadas a poner en cuestión la descalificación del candidato por un tema de juventud.

La respuesta en redes sociales y en otros espacios masivos no se hizo esperar. Desde el interior de los equipos de comunicación política de Bukele se creó el hashtag #VosEstásMuyJovencito, que dio paso a una página de *Facebook* (*Vos estás muy jovencito*) y a otra de *Twitter* (*@EstasMuyJoven*) que iniciaron un discurso que mezclaba la burla contra los adultos, con la protesta, con la diversión. Durante un breve período, una de las comunidades más exitosas de salvadoreños en *FB*, *La Mara Anda Diciendo*² replicó el hastag y consiguió 2.5 millones de impresiones³.

2 Una comunidad de casi cien mil personas que inició en abril de 2013 y que se ha caracterizado por discursos populares de construcción de identidad salvadoreña alrededor del mundo, su dirección es <https://www.facebook.com/LaMaraAndaDiciendo/timeline>

3 La página misma logró sobrepasar por primera vez un millón de impresiones. De acuerdo a Facebook: “Las impresiones son el número de veces que se muestra la publicación de una página, tanto si se hace clic en ella como si no. Los usuarios pueden ver varias impresiones de la misma publicación”.

El aludido candidato, de 31 años, respondió en otra entrevista matutina que si a una persona de su edad se le acusaba de “estar muy jovencito” y se le descalificaba desde ahí, muy poco se podía esperar de la opinión que el alcalde tuviera de jóvenes de 15 o 20 años. Insistió en que en la política salvadoreña no había existido un relevo y que la generación que creció durante la guerra y se hizo adulta en la postguerra no tuvo nunca la posibilidad de hacerse cargo del país y tomar decisiones para mejorar sus propias condiciones de vida, los acuerdos de paz implicaron también la instalación de una clase política que ha dominado el país durante treinta años.

Más allá de una anécdota que parece más bien lugar común, me interesa posicionar que si bien en la región centroamericana se mueve discursivamente en una pobreza comprensiva muy grande sobre la realidad de los jóvenes, y a partir de ello, la respuesta que se da es la más evidente: la descalificación de todo aquello que suene a juventud. Los jóvenes no tienen experiencia, no pueden tomar decisiones apropiadas, no son recomendables para proyectos, no les gusta la política, no saben hacer nada, en la reproducción de todos los lugares comunes se encuentra en el fondo lo que Jordi Gracia (2011) señala en los *intelectuales melancólicos*, para ellos, todo tiempo pasado fue mejor y no hay nadie tan preparado como ellos para asumir ningún espacio de poder.



Imagen 1. Memes vinculados al hashtag #VosEstasMuyJovencito

Sin embargo, no me interesa destacar lo evidente, el discurso clásico que devalúa todo lo que viene del joven, sino recuperar la novedad en la respuesta contundente de un grupo importante de la población que construye a partir del humor y las redes sociales una inversión del sentido inicial y adultocéntrico de la enunciación y del poder que desde ahí se encierra. Algunos estudios sobre la memoria de los años del conflicto armado (1980 a 1992) han hecho notar que en muchos territorios de la región centroamericana en los que se vivieron con mucha fuerza los enfrentamientos armados entre guerrillas y ejércitos existe una idealización de ese pasado heroico, casi como una refundación de la nación, y frente a ello, los jóvenes ya no tienen protagonismos posibles. El tiempo de la lucha heroica ha terminado, los viejos eran jóvenes entonces y fueron los personajes principales. A los jóvenes de ahora no les queda más que repetir esa memoria, aprehenderla, enunciarla, pero no tienen ya nada para vivir.

Como se muestra en la *Imagen 1*, frente a la devaluación de lo joven, las protestas de las redes sociales circulan y posicionan un elemento que otros estudios han destacado: también los jóvenes construyen una memoria que empieza a ser vivida. No deben solo ser guardianes de una memoria ya rancia, no tienen por qué ser los asistentes, los que escuchan, los que no saben. Tienen un poder y lo ejercen. En algunos casos, a través de un ejercicio de la violencia paralegal, como en las pandillas, que incluso son utilizadas en una de las imágenes como apelación de una nueva fuerza que los adultos temen. En otros casos, a través de una disputa de la visibilidad, desde espacios políticos más tradicionales que fue el caso de Bukele, que finalmente, en marzo de 2015, fue proclamado alcalde de San Salvador. Voy ahora a la segunda historia.

Historia II: *Google* y sus dos imágenes recurrentes o la exportación del estereotipo

Esta historia es más bien el resultado de un ejercicio: dos búsquedas en *Google* imágenes. La primera es la palabra *joven*, la segunda es *joven centroamericano*. Cierto es que en general los algoritmos de *Google* responden a las búsquedas anteriores que yo he realizado, sin embargo, el ejercicio es ilustrativo de los estereotipos que tanto los medios tradicionales y masivos, como los nuevos medios con sus narrativas transmedia, están construyendo en relación con los jóvenes. La imagen 2 muestra los resultados de la búsqueda hecha el 30 de mayo de 2015.



Imagen 2. Búsqueda en *Google* imágenes de “joven” y “joven centroamericano” el 30 de mayo de 2015

En la primera línea se muestran las cinco primeras imágenes de *Google* vinculadas a la palabra *joven*. En la línea dos y tres las que resultaron de la búsqueda *joven centroamericano*. Una primera revisión permite anotar dos cosas: en la búsqueda de *joven*, las primeras cinco imágenes son primeros planos, los jóvenes aparecen así con rasgos, peinados y estilos parecidos, cuatro chicos y una

chica, miran de frente a la cámara y algunos sonríen. La primera imagen, de izquierda a derecha, corresponde a un joven argentino que falleció en un accidente. La segunda ilustra una página que define al joven como “alguien con pocos años de existencia” y desde ahí repasa otras definiciones sobre juventud. La tercera imagen es una noticia sobre la captura de un joven que asesinó a una chica con quien tenía una relación sentimental. La cuarta imagen ilustra una página de una agencia de viajes *Joven Travel* que ofrece paquetes turísticos. La quinta ilustra una página que ofrece *tips para verte más joven*. Las temáticas que se ilustran son muy distintas y sin embargo, la estética es muy similar. Una sonrisa más pronunciada, un gesto más distante, el acento en la mirada o en el pelo, las cinco fotografías que aparecen en la búsqueda de la categoría “joven” se muestran en un primer plano, individual y sin mayor contexto.

Algo muy distinto sucede en la ubicación que *Google* hace de “joven centroamericano”. Ninguna de las primeras cinco fotografías muestra primeros planos, sino que nos presenta a personas sumergidas en un contexto adverso o en situaciones en las cuales son víctimas. La primera foto se pregunta sobre Elmer, un joven centroamericano migrante; la segunda foto ilustra una nota de *El País* que señala que seis de cada diez víctimas de homicidio en la región centroamericana son jóvenes. La tercera imagen es una noticia sobre un joven centroamericano que se ahogó en Chiapas. La cuarta retrata el “dilema de los jóvenes centroamericanos: el éxodo de menores hacia otros países de la región norte”. La quinta imagen ilustra de nuevo el fenómeno que parece ser más representativo en esta búsqueda: la migración, habla de migrantes perseguidos y tratados con violencia.

Acá me interesa revisitar que los estereotipos que se construyen desde los discursos de comunicación masiva se encuentran territorializados. Basta con añadir la acotación regional y la estética del buscador cambia completamente. Así se construye, desde el territorio centroamericano, una imagen del joven centroamericano migrante, sorteador de peligros, víctima, silenciado, silencioso. Cruzando la frontera para intentar no ser visto.

El discurso hegemónico sobre la migración a partir de este siglo se ha situado en el ámbito de la seguridad nacional y ha pre-

sentado este proceso como “un problema”. Sin embargo, esto es un enfoque que oculta intencionalidades al servicio de las agendas de securitización y fortalecimiento de los estamentos militares de nuestras sociedades. La migración es mejor entenderla como procesos de desplazamiento que ha configurado la humanidad desde siempre: las personas nos movemos por múltiples razones. De hecho la humanidad tuvo un inicio nómada.

Mientras *Google* construye el estereotipo del joven centroamericano como migrante, las estadísticas señalan que cada año son más las personas de muchos territorios que deciden por la movilidad como un proyecto de vida.

La cifra exacta es muy difícil de establecer pues los migrantes son personas que transitan territorios pero buscan no ser identificados. Aun así, muchos expertos señalan que nos encontramos en el momento de la historia en el que hay más personas viviendo en un país que no es en el que han nacido. El censo de Estados Unidos señala que en 2013 unos 232 millones de personas vivían en una región distinta a la originaria. Esto implica 78 millones de personas más que son migrantes de las que había en 1990, con esto quiero señalar que no es algo exclusivo de la población centroamericana. Estas cifras tampoco quieren señalar un aumento sin precedentes de migrantes, en realidad el porcentaje de la población que ha migrado de su lugar de origen se ha mantenido desde hace mucho en un 3% de la población mundial. Esto quiere decir que tres de cada cien personas no viven en su país de origen.

Otro elemento importante es que, en las imágenes, *Google* muestra una única manera de migrar, un camino con varias rutas y los mismos paisajes una y otra vez, cuando en realidad existen múltiples figuras y rutas en la migración. No solo se migra del sur al norte, del subdesarrollo al desarrollo, de la pobreza hacia los centros económicos. Las rutas se multiplican, algunos migran con todos los lujos y comodidades, mientras otros son forzados a huir y abandonar todo lo que habían conseguido.

La migración femenina se ha vuelto también muy importante, aún así en las imágenes que se muestran no existe ninguna figura femenina que destaque; en la actualidad, las mujeres representan casi la mitad del total mundial de migrantes y son mayoría en los países desarrollados.

En el mundo, los tres países que reciben la mayor cantidad de inmigrantes son Estados Unidos, con 23 millones de personas; Rusia, con once millones y la India con siete. Sin embargo, los procesos más recientes de securitización de las políticas migratorias han llevado a expulsar mucha población migrante de los países de acogida. Solo Estados Unidos deporta cada año un aproximado de 400.000 personas, y las leyes migratorias hacen que esta cifra aumente cada cierto tiempo. Las rutas se vuelven cada vez más peligrosas. En el mayor corredor migratorio del mundo, Estados Unidos-México, según el Banco Mundial, en el año 2010 transitaron más de once millones de personas; este corredor, ha sido en los últimos diez años una zona de violencia extrema pues muchos grupos criminales, en especial el cártel conocido como Los Zetas, ha encontrado en los migrantes una forma segura de ingresos a través del secuestro, la tortura, la extorsión y el asesinato. Cada año miles de personas son asesinadas y otras tantas desaparecidas con la connivencia muchas veces de algunas autoridades locales. Esto último es lo que más se visibiliza en las imágenes que se muestran a partir de la búsqueda y que simplemente muestran un elemento fundamental de los procesos de comunicación que me ocupan: muchos de ellos construyen estrategias para reforzar y mantener los estereotipos.

Si el primer ejercicio mostraba el lamento de los intelectuales y el segundo señala la administración territorializada de los estereotipos, ¿queda algún lugar para la esperanza? ¿Queda espacio para la propuesta de unas ciudadanías activas y políticas? De ello me ocupo en la tercera historia.

Historia III: Guatemala muestra nuevas agencias o el desplazamiento del símbolo al centro de la política

Si un país centroamericano se ha visto conmocionado por la protesta social en los últimos dos años ha sido Guatemala. Aunque los homicidios, las extorsiones, el crimen organizado y otras violencias son un triste denominador común en el triángulo norte de la región, ha sido Guatemala quien ha tenido una reacción novedosa que me interesa colocar como la última reflexión de este breve recorrido por los territorios de la comunicación en Centroamérica.

Lo que este país ha vivido a partir de abril de 2015 tiene tres antecedentes importantes de mencionar.

El primer antecedente es que, a pesar de la fragilidad de su sistema judicial, o más bien, en reacción a la misma, el Estado aprobó la creación de la Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala (CICIG), que inició sus funciones en 2007 y que a partir de dicho momento ha trabajado en la investigación de aparatos clandestinos de seguridad, limpieza social y política y delitos de corrupción y crimen organizado. Los otros gobiernos de la región se han negado a implementar comisiones de esta naturaleza⁴.

El segundo antecedente tiene que ver con una extraña tradición política que se ha venido constituyendo de hecho en el gobierno de Guatemala. En las últimas elecciones presidenciales siempre

4 De hecho la página de la CICIG señala lo siguiente: "El mandato del la cicig no tiene precedentes dentro de las Naciones Unidas u otros esfuerzos internacionales de promover la responsabilidad y reforzar el estado de derecho. Posee muchos de los atributos de un Fiscal Internacional, pero opera bajo las leyes Guatemaltecas, en las Cortes Guatemaltecas, usando el procedimiento penal de Guatemala. La cicig apoya a las instituciones del Estado en la investigación de las actividades de los cuerpos ilegales y aparatos clandestinos de seguridad, definidos como grupos que cometen actos ilegales y que afectan el gozo y ejercicio de los derechos fundamentales de la población Guatemalteca y tienen enlaces directos e indirectos con agentes del Estado o la capacidad de bloquear acciones judiciales concernientes a sus actividades ilegales". Para más detalles se puede consultar: <http://cicig.org/>

ha ganado el candidato que en la elección anterior quedó en segundo lugar. Así por ejemplo, cuando en 2000 resultó electo Alfonso Portillo, el candidato que quedó en segundo lugar fue Óscar Berger, que a su vez fue electo presidente en diciembre de 2003, imponiéndose al candidato Álvaro Colom, que resultó en segundo lugar. A su vez, Colom resultó electo presidente de Guatemala en septiembre de 2007, en segundo lugar, quedó el general retirado Otto Pérez Molina quien resultó electo presidente en las elecciones de diciembre de 2011, el candidato que quedó en segundo lugar fue Manuel Baldizón.

El 10 de mayo de 2013, el general Efraín Ríos Montt, presidente de facto que encabezó una dictadura entre 1982 y 1983 fue declarado culpable en juicio y condenado por la justicia a una sentencia de cincuenta años de prisión inmutable por genocidio y treinta años más por crímenes de lesa humanidad, su proceso señaló que el general era responsable del asesinato de 1771 ixiles y de haber permitido la violación sistemática de mujeres y niñas ixiles, además de otras atrocidades. La sentencia convirtió al ex dictador en el primer líder latinoamericano condenado por estos crímenes. El 20 de mayo de 2013 la sentencia fue anulada por la Corte de Constitucionalidad.

Estos tres procesos son muy particulares de la nación guatemalteca: una comisión respaldada por Naciones Unidas para luchar contra la impunidad; un comportamiento electoral que parece volver favorito al candidato que perdió (en segundo lugar) las elecciones presidenciales anteriores; y el juicio a un dictador y su posterior anulación. Pero además de ellos, un nuevo acontecimiento inició en abril de 2015 y continúa hasta el cierre de este trabajo. En ese abril, la CICIG presentó una investigación de aproximadamente un año y cuya la documentación se basa en escuchas telefónicas y científicas; de las cuales no se necesitan “testimonios”. El trabajo evidenciaba una red criminal de defraudación aduanera en el territorio guatemalteco integrada por funcionarios de gobierno y trabajadores de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT). La vicepresidenta, Roxana Baldetti, aparecía como una de las principales involucradas.

La corrupción no ha sido nunca un fenómeno particularmente movilizador de protestas, sin embargo, en los días y meses que

siguieron, los distintos portales de redes sociales en Guatemala y alrededor del mundo, llamaron a una protesta que continúa creciendo en fuerza y organización y que, como fenómeno de comunicación, colocó el ámbito de lo simbólico al centro de las movilizaciones ciudadanas y de la protesta política.



Imagen 3. Jóvenes y estudiantes inician las protestas. Fotos tomadas de redes sociales.

Las movilizaciones y protestas han sido pacíficas, las primeras convocaron aproximadamente veinte mil personas, que han ido creciendo en las siguientes manifestaciones. La petición inicial tenía como objetivo solicitar la renuncia de los funcionarios corruptos a raíz del escándalo aduanero destacado por la CICIG y conocido como “La Línea”. Como muestra la imagen 3, uno de los sectores más importantes en las convocatorias y la presencia en las marchas han sido los jóvenes, especialmente los universitarios⁵. En distintos

⁵ Vale insistir en que asistieron universitarios de muy diversas instituciones de educación superior, tanto la Universidad San Carlos, pública y muy conocida

carteles se fue volviendo evidente la importancia de marcar distancia como jóvenes de otras generaciones que no habían hecho su parte. Durante las protestas en las plazas centrales de las principales ciudades del país, y en otras ciudades alrededor del mundo, los carteles volvieron a ser un elemento fundamental del performance político, el *tweet* visual que permitía a los ciudadanos manifestar su postura para luego fijarla en espacios que circulaban en las redes sociales. Si la imagen 3 muestra dos de estas manifestaciones, la imagen 4 añade un elemento más de la simbología utilizada: Guatemala despertó, en la imagen del extremo superior izquierdo los jóvenes vestidos en pijama señalan que quieren representar que este hecho es muy reciente, pero inminente. Ya la ciudadanía está despierta y los procesos entonces son irreversibles.



Imagen 4. Jóvenes y niños en protestas. Fotos tomadas de redes sociales.

por su protesta, como universidades que tradicionalmente y por su carácter privado suelen ser menos entusiastas ante las movilizaciones públicas como la Universidad del Valle o la Universidad Rafael Landívar.

La presencia de los migrantes empezó a circular en las redes sociales como muestra, la fotografía inferior izquierda de la imagen 4, en donde un niño señala que volverá a vivir en una nueva Guatemala gracias a los esfuerzos y la vigilancia de todos. Las alusiones a la memoria histórica se vuelven presentes en la repetición de la frase “le contaré a mis nietos”, y algunos carteles se volvieron en las protestas que se dieron en mayo, mucho más explícitos en señalar la diferencia entre la Guatemala de antes, una generación que no protestó, que se calló y que fue, en ese sentido, cómplice de muchas situaciones de violencia, y esa sociedad nueva que nace cuando la ciudadanía toma la palabra. Es la comunicación en su sentido más hondo, en su sentido primero.

Si bien el movimiento de protestas no es un proceso concluido y este primer análisis es apenas una primera aproximación, me parece que es posible anotar algunas características importantes de un proceso que puede ser leído desde la comunicación ciudadana y popular, no como la explicación última y definitiva, sino como una pieza del rompecabezas que permite entender cuáles son los disparadores que llevan a que un importante sector de la población decida tomar la palabra en una región que históricamente se ha caracterizado por autoritarismos y procesos represivos. Señalo algunos y los acompaño con imágenes que permiten ilustrar mejor el análisis.



Imagen 5. Protestas. Foto tomada de redes sociales.

El primer elemento de los procesos de protesta en Guatemala: como lo muestra la imagen 5 es, el anonimato como protección y como proceso democrático. En las protestas actuales la convocatoria, la movilización y la protesta parten del principio que Benjamín descubrió en la poesía de Baudelaire como una característica de las grandes ciudades: esa experiencia de volverse anónimo perdido en la multitud. No hay grandes liderazgos, aunque sí presencia clara y diferenciada de ciertos grupos, como por ejemplo “los encadenados”, o los motociclistas, los médicos o los universitarios. Poco se sabe sobre las personas o grupos que convocan en estos espacios, se habla de cuatro actores claves, se dice que los estudiantes universitarios de comunicación han creado varios de los *#hashtags* más importantes como el *#RenunciaYa* y *#NoTeToca* (este último dirigido al candidato Baldizón, que ha focalizado su campaña en apelar a la costumbre electoral para señalar que si él quedó en segundo lugar en las elecciones pasadas, en este momento “le toca”). Este anonimato se vuelve mucho más efectivo gracias a las redes sociales, portales y medios digitales como *Soy 502*, *Nómada*, *Púchicamucháo* *Plaza pública* se convirtieron en los espacios de convocatoria y diálogo, de construcción del sentido de cuerpo colectivo para el movimiento.

Segundo elemento que ya señalé, pero me interesa enfatizar, esa experiencia que marca una cultura cofigurativa, para decirlo con Margaret Mead, esto es, una cultura que ya no tiene su eje en los mayores, sino que en muchos casos toma distancia de esa generación que les antecede. Los jóvenes de Guatemala toman distancia en sus consignas de las generaciones anteriores que sí callaron y construyen una nueva identidad que dice: “ya no somos así” y aluden de nuevo a las generaciones insistiendo que eso justo es lo que podrán legar a sus hijos y sus nietos. La nueva memoria, la nueva historia de un país que ha perdido el miedo y que se enfrenta a la autoridad. Aparece con fuerza la noción de una nueva generación como lo muestra la Imagen 6.

También se han documentado advertencias que recuperan el lenguaje local y que se vuelven cifradas para los extranjeros, o performances que representan a los políticos como payasos, y posteriormente la protesta de la asociación de payasos en la plaza para señalar que ellos son ciudadanos honestos y que no quieren ser comparados con los políticos. La imagen 7 muestra uno de estos momentos de humor.



Imagen 7. Humor en la protesta.
Foto tomada de redes sociales.

Finalmente, hay una cuarta característica que me interesa colocar. La recuperación el sentido pedagógico de la protesta utilizado por otros movimientos. Las protestas pacíficas en Guatemala han apelado a un sentido de pertenencia nacional como parte de las estrategias para la movilización de grandes colectivos de ciudadanos, pero al mismo tiempo han insistido en la importancia de entender el sentido de la protesta. Aparecen así una serie de infografías y gráficos que permiten entender lo que se espera de cada movilización, pero también que permiten, a partir de un trabajo de comunicación popular que evoca la propuesta de Paulo Freire, un trabajo de comprensión de la corrupción desde lo más cotidiano y lo más sencillo como muestra la imagen 8.



Imagen 8. Muestra de comunicación popular. Imágenes tomadas de redes sociales.

Una de las últimas protestas que se han llevado a cabo hasta iniciar el mes de junio de 2015 convocó cincuenta mil personas en la plaza según los cálculos de distintos equipos de periodistas y de algunos investigadores. Después de la movilización un funcionario del gobierno de Otto Pérez Molina declaró que en realidad no en la plaza no había mucha gente sino que eran “un grupito, unos cinco mil pelones”. Los comentarios no se hicieron esperar, con carteles de “nosotros somos pueblo, el grupito son ustedes”, o mensajes en redes sociales de “tiene razón, éramos cinco mil pelones y cuarenta y cinco mil peludos” la ciudadanía ha continuado situando el movimiento *#RenunciaYa* a otro nivel. Las exigencias se han movido poco a poco de pedir la renuncia, captura y juicio a funcionarios corruptos, hasta reclamar que no haya elecciones y que se convoque a una asamblea constituyente. Y en el medio de estas protestas se canta el himno nacional, se convocan artistas, payasos, médicos, estudiantes, amas de casa y cada uno de ellos se apropia de manera simbólica del espacio. Como sucede en muchos momentos distintos partidos políticos han intentado cooptar el movimiento y sacar réditos propios, sin embargo, la misma muchedumbre anónima no lo ha permitido.

Ciertamente en Centroamérica existen viejos itinerarios, reproducción de estereotipos, discursos comunes hacia los que se

vuelve. Pero también se encuentra por hoy un territorio que está reinventándose a partir de la creatividad popular y que desde ahí cuestiona los poderes establecidos y anquilosados en la seguridad que les da la permanencia y la desmemoria. Qué mejor manera para recordar lo que nos enseñó Martín Barbero: “para comunicar hay que pensar con la propia cabeza, hay que tener qué decir y hay que ganarse la escucha”, eso es lo que el pueblo de Guatemala está construyendo como una lección para toda la región.

Bibliografía

- Mouffe, Chantal, *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Barcelona, Paidós, 1999.
- Gracia, Jordi, *El intelectual melancólico. Un panfleto*. Barcelona, Anagrama, 2011.

CONCEITOS DE COMUNICAÇÃO POPULAR, ALTERNATIVA E COMUNITÁRIA REVISITADOS E AS REELABORAÇÕES NO SETOR¹

Por *Cicilia Krohling Peruzzo*²

Resumo

Estudo sobre aspectos teóricos da comunicação popular, alternativa e comunitária enfatizando *as* reelaborações processadas na atualidade. O objetivo é resgatar seus conceitos no contexto dos movimentos sociais e comunidades observando suas con-

1 Versão ampliada do texto “Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor” publicado em *Palavra Chave: Revista da Facultad de Comunicación. Cundinamarca/Colombia, Universidad de la Sabana*, v.11, n.2, p.367-379, dez. 2008.

2 Brasileira. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Autora dos livros *Relações públicas no modo de produção capitalista; Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania; e Televisão Comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local*. E-mail: kperuzzo@uol.com.br.

gruências e distinções. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica de abordagem histórico-dialética. Conclui-se que novas práticas atualizam as formas de comunicação dos segmentos subalternos da sociedade. Enquanto a vertente comunitária se sobressai, o jornalismo alternativo assume diversas feições possibilitadas pelas novas tecnologias da informação e comunicação.

Palavras chave: Comunicação Popular. Comunicação Comunitária. Jornalismo Alternativo.

Concepts of popular, alternative and community communication revisited, and the re-elaborations in the sector

Abstract

Study about the theoretical aspects of popular, alternative and community communication, emphasizing the re-elaborations processed nowadays. The objective is to recover its concepts in the context of social movements and communities, observing their congruence and distinctions. This is a bibliographical research with a historical/dialectical approach. We come to the conclusion that new practices update the forms of communication of poor segments of society. While the community perspective stands out, alternative journalism takes on various facets made possible by the new information and communication technologies.

Keywords: Popular communication. Community communication. Alternative Journalism.

Introdução

Têm surgido manifestações de comunicação popular, alternativa e comunitária que se diferenciam, em parte, daquelas constituídas nos de 1970 aos 1990, o que dificulta o seu reconhecimento pelos paradigmas teóricos elaborados no referido período. O então contexto histórico era distinto e, embora esse período não se

encontre num passado tão remoto, há especificidades e reelabora-
ções que demandam novos estudos.

Este texto objetiva resgatar brevemente os principais conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária, situando-os a partir dos movimentos sociais e comunidades e observando suas congruências e distinções na atualidade, tendo por base a realidade brasileira. Enfatizam-se algumas das reelaborações deste tipo de comunicação na atualidade. Os procedimentos metodológicos são relativos à pesquisa bibliográfica e documental e a abordagem é histórico-dialética.

Como o termo “comunitário” vem sendo empregado para identificar diferentes processos comunicacionais, desde formas de comunicação do “povo”³ até experiências desencadeadas no âmbito da mídia comercial de grande porte, considera-se oportuno refletir sobre as especificidades e os princípios norteadores de processos de comunicação popular, alternativa e comunitária.

Comunicação popular, alternativa e comunitária: os conceitos e suas reelaborações

A comunicação popular representa uma forma alternativa de comunicação e tem sua origem nos movimentos populares dos anos de 1970 e 1980, no Brasil⁴ e na América Latina como um todo. Ela não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação. Joana Puntel (1994, p.133), referenciando-se a Robert White, já ressaltou este aspecto referindo-se à comunicação nos movimentos populares vinculados à igreja católica.

3 Aquelas que têm segmentos da população como protagonistas.

4 Ver Peruzzo (2004)

A comunicação popular foi também denominada de alternativa, participativa, participatória, horizontal, comunitária, dialógica e radical, dependendo do lugar social, do tipo de prática em questão e da percepção dos estudiosos. Porém, o sentido político é o mesmo, ou seja, o fato de tratar-se de uma forma de expressão de segmentos empobrecidos da população, mas em processo de mobilização visando suprir suas necessidades de sobrevivência e de participação política com vistas a estabelecer a justiça social. No entanto, desde o fim do século passado passou-se a empregar mais sistematicamente, no Brasil, a expressão *comunicação comunitária* para designar este mesmo tipo de comunicação, ou seja, seu sentido menos politizado em relação ao que significava nos anos 1970 e 80, porém sem deixar de ser político. Menos politizado não quer dizer apolítico, pois continuam denunciando desmandos e reivindicando melhorias nas condições locais, continuam esclarecendo os ouvintes sobre temas de interesse local, continuam dando voz à “comunidade” e assim por diante.

Na prática, a comunicação comunitária por vezes incorpora conceitos e reproduz práticas tipicamente da comunicação popular em sua fase original e, portanto, confunde-se com ela, mas ao mesmo tempo constrói outros matizes. Outras vezes perde ou reduz seu caráter comunitarista em decorrência das circunstâncias, seja por interesses econômicos, político-partidários, religiosos, personalistas, ou até mesmo pela falta de preparação⁵ de lideranças para um trabalho participativo e coletivo. Por exemplo, às vezes uma rádio comunitária se desconecta de movimentos sociais e assume feições diversificadas quanto às bandeiras defendidas e mensagens transmitidas. Em relação às rádios comunitárias no Brasil, há uma diversidade de tendências. Não convém classifi-

5 Orlando Berti (2014) descobriu em pesquisa no Sertão do nordestino brasileiro esse aspecto. Muitos comunicadores se espelham nas emissoras comerciais para suas produções, pois não tiveram oportunidade de uma formação específica em rádio comunitária.

cá-las de antemão como comunitárias ou não comunitárias. Às vezes não incorporam todos os princípios de comunicação comunitária, mas alguns estão presentes. E ainda, existem aquelas que se identificam com a proposta das comerciais, mas não se trata da totalidade. De norte a sul existem emissoras que fazem jus a essa denominação.

Por outro lado, a grande mídia também incorporou a palavra “comunitário” para designar algumas de suas produções ou programas. Percebe-se, dessa forma, que o termo é de uso problemático, já que pode se referir a processos diferentes entre si. É prudente recorrer ao *status* original dessa modalidade comunicativa na América Latina, bem como aos conceitos de *comunidad*, para a caracterização mais adequada do processo. Historicamente o adjetivo popular denotou tratar-se de “comunicação do povo”, feita por ele e para ele, por meio de suas organizações e movimentos emancipatórios visando à transformação das estruturas opressivas e condições desumanas de sobrevivência⁶.

Muitos autores⁷ latino-americanos dedicaram-se a estudos nessa linha de pesquisa. O que se buscava com os estudos sobre a comunicação popular e alternativa, segundo Fernando Reyes Matta (apud FESTA, 1995, p.131-132),

era compreender esse novo fenômeno na vida dos latino-americanos e caminhar junto na busca comum das utopias

6 Ver Peruzzo(2004) e FESTA(1986).

7 Fernando Reyes Matta, Mário Kaplún, Rafael Roncagliolo, Felipe Espinosa, Jorge Merino Utreras, Rosa Maria Alfaro, Eduardo Contreras, Alfonso Gumucio Dragon, Fernando Ossandron, Aldfredo Paiva, Máximo Simpson Grinberg, Josiane Jovet, Carlos Monsivais, Miguel Azcueta, Luis Ramiro Beltrán, Juan Diaz Bordenave, Ana Maria Nethol, Maria Cristina Mata, Diego Portales, Daniel Prieto, Hector Schumcler, José Ignacio Vigil, José MartínezTerrerro, Esmeralda Villegas Uribe, Regina Dalva Festa, Luiz Fernando Santoro, Marco Morel, Pedro Gilberto Gomes, Joana Puntel, Denise Cogo, Cicilia M.Krohling Peruzzo e muitos outros.

libertárias. Essencialmente, essa comunicação a partir do social buscava alterar o injusto, alterar o opressor, alterar a inércia histórica que impunha dimensões sufocantes, através de uma vocação libertadora que se nutria por uma multiplicidade de experiências comunicativas.

Entre os vários estudiosos destaca-se Mário Kaplún (1985, p.7), que, ao referir-se ao fenômeno da comunicação popular e alternativa, afirma tratar-se de “uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista”. Ressaltando os aspectos educativos desse tipo de processo de comunicação, o autor (1985, p.17) esclarece que as mensagens são produzidas “para que o povo tome consciência de sua realidade” ou “para suscitar uma reflexão”, ou ainda “para gerar uma discussão”. Os meios de comunicação, nessa perspectiva, são concebidos, pois, como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador”.

No Brasil, entre as primeiras publicações acadêmicas sobre o tema, destacam-se as de Regina Festa, Gilberto Gimenez, Juan Diaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, entre outros, que trouxeram importantes contribuições para o desencadeamento de estudos nessa linha de pesquisa. Para Festa (1986, p.25; 1984, p.169-170), “a comunicação popular nasce efetivamente a partir dos movimentos sociais, mas sobretudo da emergência do movimento operário e sindical, tanto na cidade como no campo”, e se refere “ao modo de expressão das classes populares”.

Outro conceito que circulou logo no início da práxis comunicativa popular e, portanto, marcou práticas e concepções teóricas, merecendo ser lembrado, é o de Gilberto Gimenez. Ele (1979, p.60) entende que a comunicação popular “implica a quebra da lógica da dominação e se dá não a partir de cima, mas a partir do povo, compartilhando dentro do possível seus próprios códigos”.

Juan Diaz Bordenave, com seu livro “Além dos meios e das mensagens” (1983), palestras e outros escritos, trouxe além de reflexões, relatos de experiências de outros países da América Latina que muito animaram a produção brasileira.

Luis Ramiro Beltrán chegou explicitando a proposta de uma comunicação horizontal, conforme será visto mais adiante.

Convém frisar, ainda, que essa linha de comunicação (na pesquisa e na prática) se inspirava em concepções de Paulo Freire sobre a dialogicidade na educação e a defesa da posição transformadora do ser humano no mundo.

Outras publicações em português subsidiaram inicialmente essa práxis comunicacional no País, desde livros até cartilhas populares como as editadas pela ALER⁸ Brasil em parceria com o Serviço à Pastoral da Comunicação (SEPAC)-Edições Paulinas e outras entidades. Exemplificando: livros como *Comunicação grupal e libertadora* (1988), de autora de José Martinez Terrerro, da Edições Paulinas⁹; *A comunicação alternativa na América Latina*, organizado por Máximo Simpson Grinberg, publicado Editora Vozes em 1987; e *Comunicação e classes subalternas* (1980), coletânea organizada por José Marques de Melo, que reúne textos apresentados no 2º Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação da INTERCOM¹⁰, realizado em 1979. Entre as cartilhas populares editadas pela ALER Brasil, IBASE/CETA¹¹, FASE¹² e SEPAC-Edições Paulinas¹³ são: “A Notícia Popular”, “A entrevista”, “A entrevista coletiva”, “O riso na rádio popular”, “Rádio revista de educação popular”, “jornalismo popular”¹⁴: Outras entidades, como a Comissão Pastoral da Terra (CPT) e

8 Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, com sede em Quito, Equador.

9 Traduzido do castelhano de publicação editada pelas Edições Paulinas de Buenos Aires.

10 Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

11 Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas/Centro de Treinamento Audiovisual.

12 Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional.

13 Serviço à Pastoral da Comunicação / Irmãs Paulinas.

14 Todos traduzidos de textos originais em castelhano, de responsabilidade da ALER - América Latina, com sede em Quito, e escritos por José Ignacio López Vigil ou Andréa Geerts.

o Centro de Comunicação e Educação Popular de São Miguel Paulista (CEMI) também divulgaram muito material de apoio, como a cartilha “No ar... uma rádio popular!”. Trata-se de um período de fértil produção sobre o tema e são publicados dezenas de outros títulos entre artigos, ensaios, relatos, manuais, teses, dissertações e livros¹⁵, que ajudam a compor e a documentar o mosaico comunicacional de experiências de comunicação dos movimentos populares e a sistematizar conceitos teóricos e propostas de intervenção.

Em síntese, a comunicação popular, alternativa e comunitária¹⁶ se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa.

São conceitos da comunicação popular e alternativa das últimas décadas do século xx, assim como do início do século xxi. Neste período, ao mesmo tempo em que o movimento popular continua a gerar práticas semelhantes ou equivalentes às que deram origem a centenas de estudos desse tipo de fenômeno comunicacional na América Latina, surgem outras modalidades de formatos e de meios de comunicação característicos dos novos tempos e do jogo de interesses tanto no nível midiático, como nos níveis econômico e político-ideológico. São rádios comunitárias, fanzines, canais

15 Entre eles o livro da própria autora, *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania* (2004), originalmente uma tese de doutorado, defendida em 1991.

16 Ver Peruzzo (2004, p.124-126).

comunitários na televisão a cabo, *blogs*, comunidades virtuais, sites alternativos e colaborativos, participação em redes virtuais etc.

A pressão social provocou um avanço na democratização dos meios de comunicação, o que pode ser identificado no aumento do número de emissores, principalmente por meio dos canais de uso gratuito na TV a cabo, na área do rádio de baixa potência e com a presença crescente de entidades populares com suas páginas na internet. Um bom exemplo é o das rádios comunitárias. São cerca de 15 mil emissoras em funcionamento no País, a maioria das quais opera no formato de rádio livre, sem autorização legal para operar, em grande parte em decorrência dos entraves de natureza política. Seguem em seus territórios, mas ganham o mundo através do ciberespaço. Além de sítios próprios para transmissão da programação, estão no Facebook e em outras redes e mídias sociais.

Nada mais natural do que ter havido mudanças desde o período auge da comunicação popular até hoje. Oportuno considerar que, num ambiente democrático, caracterizado por eleições diretas e mais liberdade de organização e de expressão no conjunto da sociedade, as lutas por comunicação, simbolizadas pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), obtiveram relevantes conquistas. Alterou-se também o processo de ação e de concepção da comunicação no contexto dos movimentos populares proporcionando o surgimento de formas mais plurais, avançadas e ágeis de comunicação. De uma comunicação dirigida a pequenos grupos e centrada nos aspectos combativos dos movimentos populares, passou-se – aos poucos – a ampliar seu alcance por meio da incorporação de meios massivos, principalmente de radiodifusão e internet, e, portanto, de novos conteúdos e linguagens¹⁷. Tais alterações provocaram a necessidade de desenvolver as atividades de comunicação de

17 Ver Peruzzo (1998).

forma mais profissional(que também tem suas implicações), além de incorporar as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC) com todo seu potencial e exigências.

Há, pois, importantes alterações processadas no âmbito da comunicação dos próprios movimentos populares e organizações congêneres. Nessas condições, das novas formulações conceituais se requer a captação das nuances de uma comunicação gerada num patamar em que a democracia prevaleceu sobre o centralismo autoritário típico do regime militar, favorecendo o rejuvenescimento de modos tradicionais (do alto-falante para a rádio comunitária FM, da seqüência de slides para o vídeo popular (que produzia documentários e vídeos educativos) e deste para a tv de Rua (como a tv Tagarela - Rio de Janeiro, tv Macoronga-Santarém/PA), e depois para o Canal Comunitário, e, ainda, a ebulição de formas alternativas (Revista Viração- São Paulo, Jornal Becos e Velas z/s – São Paulo, Centro de Mídia Independente-CMI – intrnacional e CMI Brasil, rádio escola-comunidade) e públicas de comunicação (canais comunitários na tv a cabo e as rádios comunitárias). Sem contudo, eliminar os formatos mais tradicionais, como o alto-falante e bicicleta ou carro de som. Trata-se da comunicação do povo que sabe modifica-la segundo a conjuntura política e tecnológica, com sabedoria e conhecimentos acumulados.

Se nos anos de 1970, 1980 e parte dos 90 a contra-comunicação¹⁸ aparecia preponderantemente no âmbito dos movimentos populares, das organizações de base, da imprensa alternativa, da oposição sindical metalúrgica, de ONGs, de setores progressistas da igreja católica¹⁹, ou realizada por militantes

18 Comunicação das classes subalternas e em oposição à comunicação favorável ao status quo.

19 Como, por exemplo, o Centro de Pastoral Vergueiro (CPV), que iniciou suas atividades em 1969 e se fortaleceu nos anos de 1970, tendo realizado um trabalho de catalogação, editoração e difusão de publicações populares, e do Centro de Comunicação e Educação Popular de São Miguel Paulista (CEMI) que teve um

articulados em núcleos de produção audiovisual, a partir dos últimos anos pipocam experiências comunicacionais as mais diversas, incluindo as do tipo popular tradicional (hoje mais conhecidas como comunitárias e se baseiam em premissas de cunho coletivo), além daquelas realizadas por associações, ONGs, grupos ou até por pessoas autonomamente. Os exemplos podem ser encontrados em jornais e rádios comunitários, nas associações de usuários dos canais comunitários na televisão a cabo²⁰, em Organizações não-Governamentais que desenvolvem projetos coletivos de desenvolvimento social por meio da comunicação – muitos dos quais com propósitos similares àqueles antes encabeçados por movimentos populares. Esses projetos em geral envolvem bairros, entidades sem fins lucrativos, e às vezes se destinam especificamente a adolescentes e jovens. Podem assumir um misto de mídia comunitária e alternativa²¹, numa dinâmica em que se descobre que a confecção de meios de comunicação pode mediar favoravelmente a melhoria da auto-estima, despertar uma perspectiva profissional e a construção da cidadania em áreas carentes.

Ao mesmo tempo ocorre a presença cada vez mais substantiva dos setores populares na mídia convencional (comercial e educativa), que abriu mais espaço para assuntos antes restritos aos canais alternativos e populares, com destaque para a programação local e regional, o que, em tese, também favorece a abordagem de temas

trabalho muito importante de comunicação popular na Zona Leste. Segundo Festa (1986, p.184-189), em 1979 o CPV divulgou 150 títulos de publicações populares. Em 1980 foram mais de 280, em 1981, 418 e em 1982, 523 publicações. ²⁰Tal tipo de associação extrapola os parâmetros da comunicação popular-comunitária típica por configurar-se num processo que aglutina diferentes modalidades de entidades (sindicatos, associações de moradores, igrejas, entidades culturais e filantrópicas etc.) e dirigir-se a uma audiência diversificada, embora seja de uma mesma cidade.

²¹ Exemplos: Revista Viração(São Paulo), Jornal Becos e Vielas Z/S(São Paulo), Joinha Filmes(São Paulo), Agência de Notícias Raio X Comunicação(São Paulo), Coletivo Metareciclagem (www.liganois.com.br)(São Paulo), Jornal Cidadão (Rio de Janeiro) etc.

ligados ao desenvolvimento social e à cultura local. Nessa dinâmica, o movimento popular passa a marcar sua presença tanto de forma individual (dando depoimentos e contando histórias de projetos sociais bem sucedidos), como grupal, quando suas propostas passam a sensibilizar e a permear a programação da mídia, embora nem sempre de forma favorável ao mesmo²². Acrescentando, ainda, a conquista de espaços (principalmente no rádio local/regional) para difusão de programas próprios produzidos por organizações populares e/ou entidades aliadas, como, por exemplo, a Oboré - Projetos Especiais em Comunicações e Artes. Surgiram também novos meios alternativos de comunicação, tais como a Adital - Agência de Informação Frei Tito para a América Latina, Jornal Brasil de Fato, o Centro de Mídia Independente e o Observatório do Direito à Comunicação, entre outros, com liberdade para canalizar abordagens críticas sobre a mídia e a sociedade.

Por outro lado, no espectro televisivo há uma série de novas iniciativas com finalidade de promover a educação informal, a cultura e o desenvolvimento social²³. É o caso dos canais públicos de televisão de uso gratuito no sistema a cabo, como o universitário, o comunitário (ambos espalhados pelos municípios brasileiros), o canal do Poder Judiciário, os canais legislativos (TV Câmara, TV Assembléia – nos estados e municípios e TV Senado) e os educativo-culturais. Há ainda canais privados de conteúdo educativo na televisão por assinatura, como o STV (do SESC-SENAI²⁴) e o Canal Futura (da Globo), os quais evidenciam o interesse de aproximação

22 A mídia massiva comercial passou a abrir mais espaço para assuntos antes restritos aos meios alternativos e comunitários, como também para programação regional, o que favorece a abordagem de temas ligados à cidadania, desenvolvimento social e cultura local.

23 Se bem que essa finalidade caberia a qualquer meio de comunicação. No entanto, a mídia audiovisual comercial é dada fundamentalmente ao entretenimento, não importando se o seu teor agride “minorias” ou provoca repercussões destrutivas de valores humanos e culturais.

24 Serviço Social do Comércio e Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial.

das classes dominantes às demandas da sociedade civil para passar uma imagem de socialmente responsáveis, além de contribuir na educação informal para a cidadania.

Com o passar do tempo, o caráter mais combativo das comunicações populares –no sentido político-ideológico, de contestação e projeto de sociedade– foi cedendo espaço a discursos e experiências mais realistas e plurais (no nível do tratamento da informação, abertura à negociação) e incorporando o lúdico, a cultura e o divertimento com mais desenvoltura, o que não significa dizer que a combatividade tenha desaparecido. Houve também a apropriação de novas tecnologias da comunicação e incorporação com mais clareza da noção do acesso à comunicação como direito humano.

Refere-se, pois, a pontos de passagem e de convergência entre a comunicação popular, a alternativa e a comunicação comunitária. Esta última extrapola a dos movimentos populares, embora continue em muitos casos a se configurar como tal ou a representar um canal de comunicação destes movimentos, ou ainda, no mínimo, a ter vínculos orgânicos com os mesmos. Portanto, se é fácil distinguir entre comunicação comunitária e mídia local, o mesmo não ocorre entre ela e a popular e alternativa.

Do ponto de vista conceitual, as manifestações da comunicação alternativa se diferenciam mais nitidamente na sua vertente jornalística, como pode ser visto a seguir, a partir de um breve resgate de aspectos históricos.

Imprensa alternativa

A expressão *comunicação alternativa*, típica dos anos 1960 aos 1980, vem sendo retomada. Ela surgiu para designar tanto a comunicação popular, tal como foi anteriormente explicitada, como para caracterizar o tipo de imprensa não alinhada às posturas da mídia tradicional, então sob a batuta da censura do regime militar no Brasil. Neste caso, denomina-se imprensa alternativa. Ou seja, era uma época em que a maioria dos grandes jornais se alinhava à visão oficial do governo, por opção político-ideológica

ou pela coerção, sob a força da censura. A imprensa alternativa representada pelos pequenos jornais, em geral com formato tablóide, ousava analisar criticamente a realidade e contestar um tipo de desenvolvimento. São exemplos, o PIF-PAF, lançado em 1964; Pasquim (1969); Posição (1969); Opinião (1972); Movimento (1975); Coojornal (1975); Versus (1974); De Fato (1975); Extra (1984), entre outros²⁵. Eram jornais dirigidos e elaborados por jornalistas de esquerda, alguns ligados à pequena burguesia, que, cansados do autoritarismo, aspiravam um novo projeto social e preocupavam-se em informar a população sobre temas de interesse nacional numa abordagem crítica.

Como afirma Raimundo Rodrigues Pereira (1986, p.55-56), “a imprensa alternativa foi expressão da média burguesia, dos trabalhadores e da pequena burguesia, defendeu interesses nacionais e populares, portanto, condenava o regime militar”.

Para Bernardo Kucinski (1991, p.XVI),

a imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações institucionais que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual-jornalística sob o autoritarismo, que se encontra o nexos dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos.

25 Ver Kucinski (1991) e Pereira (1986).

Eram jornais que se apresentavam como alternativa de leitura aos grandes jornais então existentes. Tratavam de temas comumente enfocados pela imprensa e circulavam no mesmo circuito: eram vendidos em bancas, por assinaturas e/ou em locais de público flutuante (universidades, centros de convenções etc.).

No conjunto, a imprensa alternativa comportava, além de jornais com características de periódicos de circulação diária e os boletins populares, outros segmentos como o da imprensa popular ligados aos movimentos populares. Na imprensa, então dita popular, destacavam-se o *Mulherio*, produzido por um grupo de mulheres e que tratava da situação do público feminino na sociedade; o *Porantin*, do Conselho Indigenista Missionário (CIMI), que abordava a questão do índio; e o *Jornallivro*, produzido por entidades e grupos voltados ao trabalho de educação de base. Entre os segmentos atentos à imprensa político-partidária devem ser citados os jornais *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Companheiros* e *Em Tempo*. A imprensa sindical, por seu lado, editou jornais importantes como a *Tribuna Metalúrgica* e *Folha Bancária* ²⁶, ainda existentes.

Então, o que caracteriza o jornalismo como alternativo é o fato de representar uma opção enquanto fonte de informação, pelo conteúdo que oferece e pelo tipo de abordagem. Mas, como já ressaltado, também os pequenos jornais, boletins informativos e outras formas de comunicação (como panfletos, alto-falantes, carro de som, literatura de cordel, slides etc. –do circuito dos movimentos populares) eram chamados de alternativos pela força do sentido do seu conteúdo, porém, sem dispensar a leitura de jornais convencionais. Em suma, há uma comunicação alternativa no âmbito dos movimentos populares que extrapola jornais e o jornalismo.

26 Ver Festa (1986) e Kucinski (1991).

Comunicação popular e comunitária: diversidade e convergência

Há que se recordar que comunicação popular deriva da palavra povo, de uso não uníssono. Como enfatiza Wanderley (1979, p.64), o termo povo pode significar o conjunto dos cidadãos (o povo brasileiro); os nacionalistas que lutam contra um colonizador estrangeiro; os pobres ou empobrecidos, sempre lembrados como “povão” ou “povinho”; as classes subalternas situadas em oposição das classes dominantes na sociedade. Pode-se ainda tomar “povo” como um conceito sempre em transformação que contém rica negatividade e está sempre em oposição aos que se apresentam como anti-povo, os opressores ou aqueles que contradizem as necessidades e interesses da maioria.

Da perspectiva de povo como conceito dinâmico deriva-se a idéia do popular-alternativo. Situa-se no universo dos movimentos sociais populares no processo de lutas por direitos de cidadania. Mas há outras dimensões do popular, como popular-folclórico, abarcando as manifestações culturais tradicionais e genuínas do povo presentes em manifestações de folkcomunicação (literatura de cordel etc.); e como popular-massivo, quando permeia a grande mídia privada. Esta última dimensão se manifesta em três perspectivas: culturalista (trabalha dimensões da cultura do povo), popularesca (programa midiático que se diz popular por usar o linguajar ou desfrutar de altos índices de audiência, em geral, por explorar o assistencialismo sensacionalista explorando/atendendo interesses/necessidades de pessoas) e de utilidade pública (conteúdo informativo ou motivacional com a finalidade de esclarecer sobre problemáticas de bairros e demais assuntos de interesse local ou de mobilizar socialmente)²⁷.

27 Ver mais detalhes em Peruzzo (2004, 116-120).

Assim, há mais o que diferenciar entre as formas de comunicação ditas populares ou comunitárias que são dirigidas ao “povo” por intermédio dos meios de comunicação comerciais – ditas populares - e aquelas protagonizadas por cidadãos ou movimentos e entidades associativas de interesse público, do que entre comunicação popular e comunitária. As primeiras, apesar de desenvolverem dimensões que podem ser comunitárias ou populares, nem sempre visam a emancipação cidadã, nem modificam a lógica de manipulação característica da grande mídia convencional, ressaltando algumas exceções.

A comunicação popular e comunitária pode ser entendida de várias maneiras, mas sempre denota uma comunicação que tem o “povo” (as iniciativas coletivas ou os movimentos e organizações populares) como protagonista principal e como destinatário, desde a literatura de cordel até a comunicação comunitária.

Comunicação comunitária, na forma como vem se desenvolvendo nos últimos tempos significa:

o canal de expressão de uma comunidade (independente do seu nível sócio-econômico e território), por meio dos qual os próprios indivíduos possam manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. Deve ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local” (Deliberador; Vieira, 2005, p.8).

Como dissemos em outro momento (Peruzzo, 2005, p.22),

a comunicação comunitária gestada no contexto dos movimentos populares é produzida no âmbito das comunidades e de agrupamentos sociais com identidades e interesses comuns. É sem fins lucrativos e se alicerça nos princípios de comunidade, quais sejam: implica a participação ativa,

horizontal e democrática dos cidadãos; a propriedade coletiva²⁸; o sentido de pertença que desenvolve entre os membros; a co-responsabilidade pelos conteúdos emitidos; a gestão partilhada; a capacidade de conseguir identificação com a cultura e interesses locais; o poder de contribuir para a democratização do conhecimento e da cultura.

Portanto, do ponto de vista teórico e das práticas sociais recentes, a comunicação comunitária recorre a princípios da comunicação popular, podendo haver certa distinção entre uma experiência e outra, segundo as características de cada situação. É comum, por exemplo, existirem casos em que o comunitário se torna mais plural ao atuar num bairro, numa cidade ou região onde há diversidade de atores sociais, e em cuja realidade certas características comunitaristas (ação conjunta, participação na gestão, propriedade coletiva) se diluem, mas outras permanecem, como por exemplo, o sentido orgânico do vínculo local, participação na programação e a transmissão de conteúdos de interesse público.

Por tudo o que já foi analisado, a comunicação comunitária –que por vezes é denominada de popular, alternativa ou participativa– se caracteriza por processos de comunicação baseados em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter –preferencialmente– propriedade coletiva e difundir conteúdos com a finalidade de desenvolver a educação, a cultura e ampliar a cidadania. Engloba os meios tecnológicos e outras modalidades de canais de expressão sob controle de associações comunitárias, movimentos e organizações sociais sem fins lucrativos. Por meio dela, em última ins-

28 Reconhecemos que há casos de propriedade privada de sistemas sonoros locais, cujos pequenos proprietários acabam por desenvolvê-los como mídias comunitárias, dado o compromisso que têm em ajudar o desenvolvimento da comunidade na qual se inserem.

29 Ver Peruzzo (2005).

tância, realiza-se o direito de comunicar²⁹ ao garantir o acesso aos canais de comunicação. Trata-se não apenas do direito do cidadão à informação, enquanto receptor – tão presente quando se fala em grande mídia –, mas do direito ao acesso aos meios de comunicação na condição de produtor e difusor de conteúdos.

Luis Ramiro Beltrán (1981, p.30-32), ressaltando as contribuições de precursores como Fernando Reyes Matta, Miguel Azcueta, Juan Diaz Bordenave, Josiane Josuet e João Bosco Pinto, além do informe final da *Reunión sobre la Autogestión, el acceso y la Participación en Material de Comunicación*, da UNESCO, realizada em Belgrado (1977), na explicitação da comunicação horizontal, já falava em direito à comunicação como: acesso (direito de receber mensagens); diálogo (direito de receber e emitir mensagens); e participação (direito de participar efetivamente dos processos de comunicação).

Há muito tempo se sabe que a participação ativa do cidadão em todas as fases da comunicação, como protagonista, propicia a constituição de processos educacionais favoráveis ao desenvolvimento mais ágil do exercício da cidadania. Desse modo, apesar da validade de meios comunitários que prezam apenas a difusão de conteúdos de interesse público e aderentes às localidades ao invés de provocar a participação avançada das pessoas no *que fazer* comunicativo, o ideal é possibilitar a oportunidade de aprendizado não só pelas mensagens divulgadas mas também pelo envolvimento direto na sua produção e difusão. Não se discute a importância da difusão de conteúdos educativos, mas não é só por meio deles que se conscientiza.

Os processos de comunicação popular e comunitária têm maior visibilidade especialmente em duas situações: quando os desafios estão, por exemplo, na apropriação de instrumentos de comunicação dirigida, tais como pequenos jornais, panfletos, cartazes, faixas, troças carnavalescas, peças de teatro, slides, alto-falantes, TV de Rua etc. Oportuno lembrar que os meios artesanais foram os que se mostraram viáveis no período inicial da ação dos movimentos populares. Já em outra situação, quando há o empoderamento social das tecnologias de comunicação, que passa pelo videocassete, alto-falante, rádio em frequência modulada,

televisão comunitária no sistema cabo, e mais adiante, *sites, blogs, fotologs e listas* de discussão na internet. Empoderamento, de empowerment, em inglês, quer dizer participação popular ativa com poder de controle e de decisão nos processos sociais (políticas públicas relacionadas à educação, saúde, Comunicação, transporte, questões de gênero, geração de renda), e como tal, também, a apropriação de meios de comunicação. O desafio atual é justamente avançar no empoderamento qualitativo e amplo das novas tecnologias de comunicação, ao mesmo tempo em que as antigas modalidades comunicativas continuam tendo o seu lugar. Não nos referimos à incorporação de tecnologias no sentido de sua apropriação e da aquisição de habilidades para o uso eficiente das mesmas, e de tomá-las como instrumento para as lutas populares. Isso é importante, mas se a preocupação for apenas a de usar as tecnologias (antigas ou modernas) enquanto canais, ou seja, com um caráter utilitário, serão perdidas as chances de situá-las no processo coletivo e mobilizatório de auto-organização comunitária. Tal processo, na linha da cibercultur@ (González, 2012), implica do desenvolvimento das culturas da informação, da comunicação e do conhecimento. Implica no poder de desenvolver, desde os de baixo, o conhecimento situado no intuito de conhecer e transformar as próprias condições de existência que oprimem o ser humano.

Comunicação comunitária e comunidade: aproximações conceituais

Assim como o adjetivo popular é constitutivo da expressão “comunicação popular” e deriva da palavra povo, a expressão “comunicação comunitária” tem ligação com os conceitos de comunidade. Estes são complexos e estão em transformação. Originalmente enfatizam-na como uma unidade em que os laços entre os seus membros são orgânicos e espontâneos – sejam eles baseados na vizinhança, laços de sangue ou espiritual (Tönnies, 1973, 1995), pressupõem uma base geográfica específica [sic] e a existência de coesão social (Maciver; Page (1973, p.122), ou ainda se

vislumbra a formação de uma organicidade capaz de constituir uma “comunidade universal”, a partir de uma sintonia de interesse pela vida (Buber, 1987), ou seja, a formação de uma “comunidade de idéias”, entre outros aspectos.

Em meio a críticas no que se refere ao caráter utópico de comunidade tal como concebida pelos clássicos antes mencionados, desde as últimas décadas do século xx, quando lhe foi atribuído um sentido extemporâneo e se decretou sua possível morte enquanto fenômeno social. Porém, ao que tudo indica, comunidade nunca deixou de existir, apesar das alterações em suas configurações e dos (des)entendimentos teóricos, e continua fazendo parte do debate na atualidade.

Há mudanças substanciais nas concepções de comunidade, ao mesmo tempo em que alguns de seus princípios ainda se verificam. O sentimento de pertença, a participação, a conjunção de interesses e a interação, por exemplo, são características que persistem ao longo da história, enquanto a noção de lócus territorial específico como elemento estruturante de comunidade está superada pelas alterações provocadas pela incorporação de novas tecnologias da informação e comunicação. Sem menosprezar que a questão do espaço geográfico continua sendo um importante fator de agregação social em determinados contextos e circunstâncias.

Enfim, a comunicação comunitária pressupõe a existência de uma práxis que vai além do simples estar próximo ou compartilhar das mesmas situações. Pertencer a uma mesma etnia ou morar num mesmo bairro ou usar o mesmo transporte coletivo, não quer dizer que existam relações comunitárias. A comunidade se funda em identidades, ação conjugada, reciprocidade de interesses, cooperação, sentimento de pertença, vínculos duradouros e relações estreitas entre seus membros.

Portanto, nem todo meio de comunicação local é comunitário, apenas por se dirigir a uma audiência próxima, usar a mesma linguagem ou falar das coisas do lugar. Este pode simplesmente reproduzir os padrões da mídia comercial privada em termos de interesses econômicos e políticos, além de se basear na mesma lógica de gestão e programação, distanciando-se da perspectiva

comunitarista. É o caso de muitas rádios comunitárias no Brasil, que apesar de desfrutarem de autorização para funcionar como “rádios comunitárias”, de acordo com a Lei 9.612, na prática se distanciaram dos seus princípios fundamentais e se assemelham, quanto a programação, às emissoras grandes comerciais.

Assim sendo, à comunicação comunitária são reservadas exigências de vínculos identitários, não possuir finalidades lucrativas, e estabelecer relações horizontais entre emissores e receptores com vistas ao empoderamento social progressivo da mídia e ampliação da cidadania.

Há outro nível de mudança que interfere no conceito de comunidade e que tem tudo a ver com a comunicação comunitária, qual seja, a mística em torno da justiça social. Esta é construída na práxis dos movimentos populares, associações comunitárias, sindicatos, setores progressistas de igrejas, ONGs de base social e demais organizações do terceiro setor. Mesmo não sendo possível identifica-los como comunidades específicas, estes atores buscam a transformação das condições de opressão e sofrimento de segmentos da população brasileira com vistas a efetivação de um mundo em que todos possam ter dignidade e seus direitos de cidadania respeitados. Têm algo em comum, a partir do qual se poderia vislumbrar a constituição de uma “comunidade de idéias”. É neste nível que a comunicação comunitária vai se cruzando com outras formas de expressão e com os próprios fazeres sociais, afinal ela não é algo que acontece à parte, mas, imbricada nos processos associativos mais amplos.

Considerações finais

As práticas comunicacionais geraram conceitos que permitem tomar as expressões comunicação popular, alternativa e comunitária como sinônimos, quando se referem às lutas de segmentos subalternos por sua emancipação, mesmo havendo algumas características próprias em cada um dos processos.

A comunicação alternativa se recria continuamente. Sua vertente comunitária vem ganhando expressividade e distinção no

Brasil desde o final dos anos 1990. Recentemente a comunicação comunitária, popular e alternativa, e o jornalismo alternativo, se atualizam e assumem diversas feições. As motivações para tanto possivelmente vêm do interesse social presente nos cidadãos e nas organizações civis em interferir nos sistemas geradores e mantenedores da desigualdade, além das possibilidades inovadoras, como a efetiva interatividade, que as novas tecnologias de informação e comunicação (NTIC) oferecem.

Referências

- Beltrán, Luis Ramiro, Adeus a Aristóteles, Comunicação & Sociedade: revista do Programa de Comunicação. S.B.do Campo: UMESP, n.6, p.5-35. Set.1981.
- Berti, Orlando M. de Carvalho, Os processos comunicacionais das rádios comunitárias do Sertão do Nordeste do Brasil na Internet. 2014. Tese (Doutorado em Comunicação Social) –Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.
- Buber, Martin, Sobre comunidade. Seleção e introdução de Marcelo Dascal e Oscar Zimmermann. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- Deliberador, Luzia y Vieira, Ana, Comunicação e educação para a cidadania em uma Cooperativa de Assentamento do MST. Trabalho apresentado no NP Comunicação para a Cidadania. xxviii Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela INTERCOM e realizado na Universidade Estadual do Rio de Janeiro, de 5 a 9 de setembro 2005. [CDRom].
- Diaz Bordenave, Juan, Além os meios e das mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. Petrópolis; Vozes, 1983.
- Festa, Regina, Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In: Festa, R. ; Silva, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986. p.9-30.
- _____ Comunicação popular e alternativa: realidade e utopias.

1984. (Dissertação) - Mestrado e Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.
- _____ Elementos para uma análise da comunicação na América Latina: perspectivas para os anos 90. In: Peruzzo, C.M.K. (Org.). Comunicação e culturas populares. São Paulo: Intercom, 1995. p.125-142.
- Giménez, Gilberto, Notas para uma teoria da comunicação popular. Cadernos CEAS. Salvador: CEAS, n. 61, p.57-61, maio-jun.1979.
- González, Jorge, Entre culturas e cibercultur@s: incursões e outras rotas não lineares. São Bernardo do Campo: Metodista, 2012.
- Kaplún, Mário, *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL, 1985.
- Kucinski, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta, 1991.
- Miranda, Orlando de (Org.), *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo: EDUSP, 1995.
- Pereira, Raimundo, Viva a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa. In: Festa, R. ; Silva, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). Comunicação popular e alternativa no Brasil. São Paulo: Paulinas, 1986. p.53-79.
- Peruzzo, Cicília, Mídia comunitária. Comunicação & Sociedade: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. São Bernardo do Campo: UMEP, N° 30, p.141-156, 1998.
- _____ Comunicação comunitária e educação para a cidadania. Revista PCLA – Pensamento Comunicacional Latino Americano. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco-Umesp, v.4, N° 1, p.1-9, 2002a. Disponível em: <www.metodista.br/unesco/pcla>.
- _____ Comunidades em tempo de redes. In: Peruzzo, Cicília M.K; COGO, Denise; Kaplún, Gabriel (Orgs.) *Comunicación y movimientos populares: ¿cuales redes?* São Leopoldo, UNISINOS, 2002b. p.275-298.
- _____ Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. 3.ed. Petrópolis, Vozes, 2004.
- _____ Direito à comunicação comunitária, participação popu-

- lar e cidadania. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, a.2, n.3, p.18-41, jul/dic.2005. Disponível em: <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/viewFile/145/166>. Acesso em: 18 abr.2015.
- Puntel, Joana, *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.
- Tönnies, Ferdinand, Comunidade e sociedade como entidades típico-ideais. In: Fernandes, Florestan (Org.). *Comunidade e sociedade*. São Paulo: Nacional, 1973. v.1. p.96-116.
- _____. Determinação geral dos conceitos principais. In: Miranda, Orlando de (Org.). *Para ler Ferdinand Tönnies*. São Paulo, EDUSP, 1995. p.231-352.
- Wanderley, Luiz, Apontamentos sobre educação popular. In: Valle, J. Edênio; Queiroz, J.J. (Orgs.) *A cultura do povo*. São Paulo: Cortez, 1979. p.58-79.

**POLÍTICA, TIC
Y ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN**

A RIQUEZA DA POBREZA: DO PRECARIADO AO COGNITARIADO

Por *Ivana Bentes*¹

Vivemos um momento singular e de mudança de eixo na produção cultural contemporânea com as ascensão e visibilidade da produção cultural vinda das periferias, subúrbios e favelas. Uma produção cultural deslocada, lateral que traz consigo embriões de políticas públicas potenciais, com a possibilidade de redistribuição de riqueza e de poder, se constituindo também como lugar de trabalho vivo e não meramente reprodutivo.

Essa cultura das favelas e periferias (música, teatro, dança, literatura, cinema), surge como um discurso político “fora de lugar”

1 Ivana Bentes é pesquisadora da linha de Tecnologias da Comunicação e Estéticas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora em Comunicação pela UFRJ, ensaísta do campo da Comunicação, Cultura e Novas Mídias. Desenvolve as pesquisas: “Estéticas da Comunicação: Novos Modelos Teóricos no Capitalismo Cognitivo” e “Periferia Global”. Foi Diretora da Escola de Comunicação de 2006 a 2013. É Secretária de Cidadania e Diversidade do Ministério da Cultura do Brasil desde 2015.

(não vem da universidade, não vem do Estado, não vem da mídia, não vem de partido político) e coloca em cena novos mediadores e produtores de cultura: *rappers*, funkeiros, b-boys,, jovens atores, *performers*, favelados, desempregados, sub-empregados, produtores da chamada economia informal, grupos e discursos que vêm revitalizando os territórios da pobreza e reconfigurando a cena cultural urbana. Transitam pela cidade e ascendem à mídia de forma muitas vezes ambígua, podendo assumir esse lugar de um discurso político urgente e de renovação num capitalismo da informação.

A mudança decisiva se dá a partir do contexto em que estamos, onde os meios de produção cultural se disseminam e os meios de comunicação e informação que estão sendo massificados, internet, câmeras digitais, celular, impressoras, servem a quem quer se tornar produtor de cultura.

Esse contexto de uma capitalismo informacional, capitalismo cognitivo, onde o conhecimento é o produto, chega a todos os meios sociais e também na favela, mesmo que de forma desigual e assimétrica.

Um jovem na favela e periferia recebe através da TV aberta, e a cabo, da música, das novas formas de socialibilidade, uma informação e formação geral que vai constituindo uma inteligência de massas, inteligência coletiva em desenvolvimento acelerado.

Esses movimentos sócio-culturais ganham uma dimensão política ao serem portadores de expressões culturais e estilos de vida vindos da pobreza, forjadas na passagem de uma cultura letrada para uma cultura audiovisual e midiática.

A cultura das favelas e periferias também é um contraponto para a visão estereotipada das favelas como fábricas de morte e violência, aspecto recorrente na mídia e no cinema que revela apenas a imagem da favela-inferno, território a pulsão de morte, sem olhos para a cultura de resistência e vitalidade que vem sendo forjada aí e sua relação com novas formas de trabalho e ocupação.

A complexidade e ambiguidade da “dobra” brasileira no capitalismo global vem mostrando que as fábricas de pobreza e violência são também territórios e redes de criação. Essas vozes da periferia, jovens artistas e agitadores, negros saídos da favela,

de ambientes de violência e hostilidade destituem os tradicionais mediadores da cultura passam de “objetos” a sujeitos do discurso, contribuindo com uma renovação do político, e com os discursos mais contundentes sobre racismo, violência policial, pobreza. Concorrendo com os discursos da universidade e da mídia.

Nas favelas e periferias produziram-se novas relações de vizinhança, mutirões, redes de ajuda rizomáticas, a cultura das festas, rituais religiosos, samba, funk, hip-hop, todo um capital cultural e afetivo forjada num ambiente de brutalidade compartilhado por diferentes grupos sociais. Das favelas e periferias surgem práticas de cultura, estéticas e redes de sociabilidade e política forjadas dentro dos guetos, mas conectadas aos fluxos globais (não é só o tráfico de drogas que consegue se globalizar) até a mídia já consegue enxergar esse novo contexto.

Grupos e territórios locais apontando saídas possíveis, rompendo com o velho “nacional-popular” populista e paternalista ou idéias engessadas de “identidade nacional”, e surgindo como expressões de um gueto global, dos guetos-mundo. como nos falamos hoje de cidades globais, com questões e problemas comuns. O novo produtor de cultura das favelas e periferias faz parte de um precariado global, são os produtores sem salário nem emprego. São os trabalhadores do imaterial.

Estamos vendo surgir também novas alianças entre as favelas e grupos antes isolados, a idéia de constituição de redes, inclusive eletrônicas, pode ser a próxima etapa nesse salto dos movimentos culturais locais e globais. Cidades da cooperação que rivalizam com o Estado Nação e funcionam a revelia dele.

Uma política inteligente de governo deve necessariamente incluir essas experiências culturais que se constituíram de forma rizomática, vitalizando periferias e centros, afastando-se do impulso meramente assistencialista e paternalista e afirmando essa “qualidade” político-estética conquistada pelos movimentos culturais.

Movimentos que surgem na crise do Estado como provedor, com base na sociedade salarial em que transferência de renda apenas, não acaba com as desigualdades Como dar suporte a essas redes socioculturais?

Estamos vivendo uma reestruturação produtiva, e na cultura isso é claro, a cultura é hoje o lugar do trabalho informal (não assalariado), com o primado do trabalho imaterial, grupos, redes, movimentos que trabalham com informação, comunicação, arte, conhecimento e que não estão nas grandes corporações. Seria preciso pensar novas agendas estratégicas, sem as forças imediatistas do mercado, nem as decisões centralizadas demais do Estado. Uma radicalização da democracia estimulando a produtividade social.

Essa experiência da cultura a partir dos movimentos socioculturais surge como possibilidades de uma renovação radical das políticas públicas. Não é só uma mudança da política para a cultura, mas uma mudança da própria cultura política. São muitas iniciativas com potencial para serem instituídas e o Brasil, surge como laboratório desses projetos culturais.

Podemos destacar, entre outros, economia e cultura *do funk* e do *hip hop*, movimentos que produzem novas identidades e sentimento de pertencimento, de comunidade, para além da música e criam mundos e atividades produtivas: DJs, donos de equipamentos de som, donos de vãs, organizadores de bailes, seguranças e *rappers*, funkeiros que fazem até dez apresentações em bailes diferentes numa única noite. Todo um ciclo econômico em torno da cultura *hip hop* e *funk* que explicita o primado da cultura na constituição da economia cognitiva do capitalismo contemporâneo.

Essas redes culturais locais se constituem em contrastes com as políticas públicas organizadas do centro, super hierarquizadas, centralizadas, e que não resolveram ou reduziram a um nível desejável as desigualdades sociais. Hoje nós temos uma oportunidade histórica de experimentar outros modelos de políticas públicas, ainda embrionários, redes socioculturais, que funcionam justamente de forma horizontal, acentrada, rizomática, organizando a própria produção.

Os movimentos culturais trabalham com uma idéia de educação não-formal. como porta de entrada para a educação formal e para o trabalho vivo. Um movimento como o MST conseguiu construir escolas e propor programas educativos com mais rapidez que muitas prefeituras no interior do país. A produção cultural da periferia também não é formal, é precária, informal, veloz,

e se dá em redes, colaborativas, produzindo transferência de capital simbólico e real, poder para os movimentos socioculturais, sem os tradicionais mediadores culturais e de poder.

Esses movimentos sociais tornam-se habilitados a administrar a própria cultura que produzem, ao mesmo tempo podem ser parceiros significativos de quem detém os meios de produção, difusão, etc. Os movimentos socioculturais podem atuar em todas as pontas: como produtores de cultura, administradores e beneficiários do resultado da sua produção.

Se os atores culturais e sociais dispõem de recursos intelectuais e materiais para assumirem esse protagonismo, qual o papel das políticas públicas? Apoiar, estimular e promover, formar lideranças, agentes de cultura, administradores de cultura, de eventos culturais, dar as condições mínimas para esse desenvolvimento.

Redes Colaborativas e o Modelo P2P

Nunca na história da cultura tivemos tantas possibilidades de descentralização dos meios de produção. Equipamentos digitais, câmeras de vídeo, câmeras fotográficas, equipamentos para músicos, Djs, produtores de audiovisual, computadores pessoais, softwares livres, uma enorme capacidade em duplicação de Cds, livros, música que colocam em xeque o direito autoral tradicional e fazem vislumbrar um capitalismo do excedente e da possibilidade da livre circulação do conhecimento. Quais as bases “tecnológicas” dessas mudanças?

Segundo Michel Bauwens em “A Economia Política da Produção entre Pares (*The Political Economy of Peer Production*)” em <http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499> e em www.p2p-foundation.net/), à medida que os sistemas sociais, econômicos e políticos se transformam em redes distribuídas, surge uma nova dinâmica produtiva: o modelo peer to peer (P2P), ponto a ponto. Mais que uma nova tecnologia de comunicação é o modelo de funcionamento de novos processos sociais e faz surgir um terceiro modo de produção, de autoridade e de propriedade e visam aumentar a participação generalizada de atores equipotenciais. Suas

características mais importantes, segundo Michel Bauwens, que encontramos nas experiências das redes colaborativas brasileiras e coletivos são:

- produção de valor de uso através da cooperação livre entre produtores que têm acesso a capital distribuído. O seu produto não reside num valor de troca destinado ao mercado mas num valor de uso dirigido a uma comunidade de utilizadores.
- administração pela comunidade de produtores e não por mecanismos de alocação do mercado ou por uma hierarquia empresarial. Este é o modo de autoridade P2P ou ‘terceiro modo de autoridade’.
- disponibilizar livremente o valor de uso segundo um princípio de universalidade, através de novos regimes de propriedade comum. Este é o seu ‘modo de propriedade distribuída ou entre pares’, diferente da propriedade privada ou da propriedade pública, estatal

A Infra-estrutura do P2P e Redes Sociais Colaborativas tem algumas condições básicas, propostas por Bauwens, necessárias para facilitar a emergência de processos entre pares, que podemos resumir, como:

- 1) A existência de uma infra-estrutura tecnológica instalada. Os movimentos para a inclusão digital, com a disseminação de computadores pessoais e coletivos, acesso público a internet e das redes comunitárias sem fios e em defesa do espectro aberto, os sistemas televisivos de file-serving – TiVo - e as infra-estruturas alternativas de telecomunicação baseadas em *meshworks* são representativos desta tendência.
- 2) Sistemas alternativos de informação e comunicação que permitam a comunicação autônoma entre agentes cooperantes. A Web (em particular, a *Writable Web e a Web 2.0*) permitem a produção, disseminação e ‘consumo’ do material escrito, assim como o

podcasting e o webcasting criam uma infra-estrutura alternativa de informação e comunicação' multimídia sem o intermédio dos meios de comunicação clássicos (embora possam vir a surgir novas formas de mediação).

3) O terceiro requisito é a existência de uma infra-estrutura de 'software' destinada à cooperação autônoma global. Um número crescente de ferramentas de colaboração que se inserem no software de redes sociais, como os *blogs e as wikis*, facilitam a criação de confiança e capital social, permitindo a criação de grupos globais que conseguem criar valor de uso sem o intermédio da produção ou distribuição efetuada por organizações com fins lucrativos.

4) O quarto requisito é uma infra-estrutura legal que permita a criação de valor de uso e que o proteja da apropriação privada. A *General Public Licence* (que proíbe a apropriação do código de software), a análoga *Open Source Initiative* e certas versões da licença *Creative Commons* desempenham esta função. Elas possibilitam a proteção do valor de uso comum e empregam métodos virais para se disseminar. A GPL e outras licenças semelhantes só podem ser utilizadas em projetos que, em troca, colocarem o seu código-fonte adaptado no domínio público.

5) E finalmente, o requisito cultural. Para Bauwens, assim como para Antonio Negri, Maurizio Lazzarato e os teóricos do Capitalismo Cognitivo, esse requisito aponta para a difusão da intelectualidade de massa, ou seja, a distribuição da inteligência humana, com as transformações nas formas de sentir e ser (ontologia), nas formas de conhecer (epistemologia), e em valores que contribuem para a criação de um "individualismo cooperativo", uma das novas bases das redes colaborativas.

A estas proposições de Bauwens podemos acrescentar a dobra brasileira. Os grupos, coletivos, ONGs que analisamos ou citamos aqui não respondem a todos os requisitos que caracterizam um processo p2p, mas são atores importantes para a emergência e visibilidade de redes colaborativas e movimentos culturais e sociais e

funcionam como aceleradores de mudanças e portadores de alguns dos requisitos básicos para constituição de redes p2p híbridas.

Uma questão importante no Brasil é o horizonte das lutas culturais e sociais para descriminalizar o produtor e consumidor de bens culturais. Pois se um camelô vende CD duplicado, DVD duplicado de musica, de filme, se ele vende na porta do show de funk o que o garoto acabou de ouvir e dançar e quer levar pra casa, será que o papel do Estado e das Corporações é criminalizar esse consumidor, criador, propagador, esse agente de difusão virótica de cultura que virou o camelô, os adolescentes, as videolocadoras, os cineclubes, coletivos, blogueiros, as comunidades de troca de *softwares* os produtores e consumidores de cultura locais e globais?

Ao invés de reprimir, como legalizar “a cultura popular digital” (Hermano Vianna) que está se formando? Que não é só a questão da pirataria, é a oportunidade de um grupo e *hip hop* ou de *funk* formar sua equipe de som, tocar na favela, nas comunidades, nos clubes, gravar sua música, queimar o seu CD e vender na porta do baile, formando uma rede produtiva que dá trabalho, ocupação e sentido para uma vida.

Hoje, um computador pessoal de baixo custo e acesso à internet são bens culturais essenciais no capitalismo cognitivo, pois o trabalho se tornou comunicacional e relacional. O desafio é como universalizar e socializar esses meios de produção de comunicação que são os meios de produção de cultura. Se apenas 10% da população brasileira tem computador em casa, então tem que ter uma bolsa cultura, bolsa comunicação, bolsa informática e colocar um computador funcionando em cada casa, centro, associação de moradores, quiosques públicos. pois comunicação e cultura se tornaram estratégicos para a sociedade civil. Nesse sentido um dos programas mais significativos do governo Lula são os Pontos de Cultura, implementados pelo Ministério da Cultura em todo o país.

É preciso reconhecer a dimensão produtiva desses movimentos que não devem receber bolsas com contrapartidas, mas bolsas -investimentos pois eles próprios já são a contrapartida (Giuseppe Cocco), são os agentes produtivos que estão transformando realidades locais, são modelos embrionários de transformação radical

das políticas públicas. São eles que produzem cultura a partir do local, vivem e moram em territórios abandonados e revitalizados de dentro.

Também podemos falar da crise e extinção da tutela intelectual, econômica sobre os movimentos que desconfiam das relações assimétricas e do roubo de capital simbólico e de um valor e um bem altamente valorado no contexto contemporâneo, a produção de mundos. Dessa forma, é a universidade, *é a mídia, é o marketing social, ou o que eu chamo de “a lavagem social” que precisa das periferias para se legitimar socialmente, intelectualmente* ou até economicamente.

Os exemplos são muitos. A Companhia de Teatro Nós do Morro, que transformou meninos da favela em atores, com uma formação rigorosa que inclui uma formação profissional em várias áreas co-relatas, teatro, cinema, vídeo, técnico de luz, produtor de cultura; criando uma oportunidade para os atores vindos das periferias entrarem na Globo, no cinema, estrelarem filmes como Cidade de Deus, ou simplesmente se tornarem técnicos da indústria cultural.

A Companhia Étnica de Dança, que levou a dança contemporânea ao morro do Andaraí e montou uma escola de dança e educação não formal que forma não só dançarinos, mais produtores culturais, iluminadores, coreógrafos, administradores de projetos, e abre uma oportunidade de qualificar garotos que não necessariamente vão virar bailarinos profissionais. Junto com uma formação que inclui discussão sobre racismo, violência, sexualidade, temas trazidos pelos alunos. A Cia Étnica de Dança administra uma escola de samba, do Andaraí que vira escola de cidadania ensinando atividades e ocupações em um mercado da cultura, que é tanto informal e precário quanto formal e instituído.

O trabalho estético e político do grupo Afroreggae que consegue tirar os meninos do tráfico para atuarem como músicos, coordenadores de projetos, performers, atores de circo, administradores de projetos. O Afroreggae é um grupo que atua na zona de combate, na “faixa de Gaza” que divide duas favelas, a Maré e o Complexo do Alemão, funcionando como instância mediadora que impede mortes, negocia paz, isso a partir de um status

conquistado com o trabalho cultural. O Afroreggae se estende para projetos como o Juventude Policia, em Minas Gerais, de formação cultural para policiais que se tornam percussionista. A apresentação conjunta de policiais com o Afroreggae num show de percussão faz uma reversão simbólica importante e reverte a imagem da polícia, de violência, arbítrio, numa potencia de sociabilidade e trabalho colaborativo e lúdico.

O trabalho de Jailson Silva na Maré, coordenador do Observatório de Favelas onde funciona a Escola Popular de Comunicação Crítica (Espocc) que concorre com a fabricação de discursos sobre as favelas. A Coopa Roca da favela da Rocinha, uma bem sucedida cooperativas de artesanania e moda produzindo em escala industrial por uma cooperativa de costureiras da favela da Rocinha. O projeto Célula Urbana, levando a Bauhaus alemã para interagir dentro da favela do Jacarezinho, com soluções de arquitetura híbridas. As rádios comunitárias e televisões comunitárias. A rádio Favela de Minas Gerais e Rádio Bicuda do Rio de Janeiro, mídias comunitárias atuantes; a Tv Tagarela da Rocinha. são projetos embrionários de uma mídia alternativa.

Todos estes e tantos outros são grupos vitais no delineamento de uma outra política pública em que os movimentos sociais apontam caminhos, modelos e soluções, mas ainda estão fragmentados e desconectados. Não existe visibilidade desse “conjunto” como força. Aparecem na mídia de forma isolada, sem constituir “redes”.

Esse novo precariado produtivo luta para obter o “copyright” sobre sua própria produção cultural e imagem, sabendo que o agenciamento entre as diferentes esferas (favelas, universidades, movimentos, Estado) pode apontar para uma rede mais ampla de parcerias produtivas e profundamente transformadora da cultura urbana brasileira.

Periferia Global

As mudanças que apontamos aparecem com grande visibilidade em cidades como o Rio de Janeiro, território em disputa. A cidade que sempre foi uma meta-narrativa sobre o Brasil passa por

profundas transformações nos últimos anos que a colocam no centro do capitalismo 2.0, cognitivo, afetivo e comunicacional.

Rio, a « cidade beta global », está no centro de uma disputa simbólica. A passagem do Brasil fordista, nacional-desenvolvimentista para a periferia global em que as bordas invadem o centro e que tem que se reinventar não pela falta e nem pelo negativo (violência, pobreza, crise da cidade) mas pela potência.

Duas mega-operadoras simbólicas atuam nesse imaginário carioca: CUFA (Central Única das Favelas) com uma rede de atividades extensa em todo o Brasil e AfroReggae. Duas das mais bem sucedidas experiência de transmutação simbólica da cidade, capazes de juntar numa mesa de negociação ex-trafficantes, polícia, governo, banqueiros, mídia, universidade.

Com estratégias intuitivas e paradoxais são experiências de transição entre o “movimento”, a narcocultura da favela e do tráfico, e os movimentos sociais e culturais, apontando para uma nova forma de “corporação social” que vai « hackeando » o discurso do social e do cultural das empresas, dos governos, da mídia. Hackeando e sendo usados pelas corporações, mas inventando, errando e acertando, criando condições de possibilidade para o surgimento de novos movimentos e atores.

São apenas o lado mais visível (que alguns desqualificam como “king ONGs”) de uma mutação subjetiva que se espalha por centenas de coletivos, Pontos de Cultura, produtores culturais, Agências como a “Redes para a Juventude”, “Observatórios” de favelas, DJs, formadores livres, agitadores, outros sujeitos do discurso que tomam posse da cidade.

E a favela surge como « capital simbólico » e « riqueza » das cidades e especificamente do Rio, ou ainda como « commodities ». Não mais os pobres assujeitados e “excluídos” de certo imaginário e discurso, mas uma ciber-periferia, da riqueza da pobreza (disputadas pela *Nike*, pela *TV Globo*, pelo Estado) que transforma as favelas, quilombos urbanos conectados, em laboratórios de produção subjetiva.

A carne negra das favelas, os corpos potentes e desejanτες, a cooperação sem mando, inventando espaços e tempo outros (na rua, bailes, lan houses, lajes) estão sujeitas a todo tipo de apropriação, exatamente como qualquer um de nós.

É que as favelas não são as fábricas de pobreza, são o maior capital nas bolsas de valores simbólicos do Rio de Janeiro e do país, pois converteram as forças hostis máximas (pobreza, violência, Estado de exceção) em processo de criação e invenção cultural.

O Rio de Janeiro é um termômetro da difícil e paradoxal tarefa de calibrar essa euforia pós-Lula², do Presidente Macunaima que turbinou a potência das periferias e ao mesmo tempo, com a entrada do Brasil na disputa simbólica global e no cerne do capitalismo cognitivo, fez surgir os “gestores de gente”, os gestores de subjetividade que revertem e monetizam a potência das favelas e periferias para o turismo, para as corporações, bancos e agenciadores da “economia criativa” e para o consumo.

Mas a construção desse outro comum, o repúdio da guerra contra os pobres (remoções, criminalização, repressão), a força da periferia se impõe de forma incontornável. Fenômenos culturais emergem, como os garotos e garotas da periferia que se inventam como dançarinos, colocando toda sua energia e intensidade nas disputas pelos becos, lajes, praças das favelas e compartilhando e inventando coreografias mirabolantes para a “Batalha do Passinho”³ aprendidas nas ruas ou utilizando o You Tube e vídeos postados na Internet.

Estamos assistindo uma resignificação de valores quando ouvimos um funk composto e cantado por mulheres que transforma o discurso sobre « cachorras » e « popozudas »⁴ em reivindicação

2 Ex-presidente da República Luis Inácio da Silva, Lula que criou o bolsa-família e produziu a maior mobilidade social das últimas décadas no Brasil, tirando 30 milhões de brasileiros da faixa da miséria e criando uma n «nova classe média».

3 Estilo de dança que se popularizou nas favelas do Rio de Janeiro que combina coreografias do funk, com gestos e passos de diferentes estilos de dança e gêneros musicais. Os dançarinos de funk, são muito jovens, de favelas e bairros pobres do Rio de Janeiro, e utilizam o YouTube para desafios através dos vídeos e encontros presenciais, chamados de “batalhas”.

4 Formas pejorativas das letras de funk se referirem as mulheres sexualmente liberadas e exuberantes

neo-feminista sobre a posse do seu corpo e o comportamento sexual libertário e desabusado da periferia.

A mudança de comportamento sexual e postura social também pode ser vista entre os meninos da periferia. O grupo de música “Os Hawaianos”, por exemplo, é composto de meninos negros-louros⁵ que rebolam até o chão, inventam gírias, e criam um estilo próprio de estar no mundo, uma inteligência popular brasileira que reinventa a antropofagia, o Brasil Canibal, versão 2.0, local, global, fabulando um novo « mapa mundi do Brasil », um devir-mundo do Brasil e simultaneamente, um devir-Brasil do mundo.

Quando entendemos que as favelas são parte da cidade entendemos também que se tratam de formações históricas, que as favelas serão vistas um dia como as cidadelas da Idade Média. Arquivos, ambientes vivos de um momento etapa do capitalismo. Vidas-territórios que estão explodindo as fronteiras e podem tomar conta da cidade como um todo, com suas invenções. Favelania. Cidade-Favela, pois como diz José Júnior do Grupo Cultural AfroReggae no Brasil “a elite é que está num gueto”.

O Rio de Janeiro (e outros grandes centros no Brasil) está em disputa. A cidade é disputada pelo tráfico de drogas, pelo Estado que busca retomar territórios ocupados pelo tráfico através das UPPs (Unidade de Polícia Pacificadora), pelas milícias (forças para-militares que “vendem” segurança e serviços), pela especulação imobiliária, de olho na “remoção” dos moradores pobres dos pontos turísticos da cidade. A cidade também é disputada por todos os tipos de corporações, as vésperas de dois mega eventos globais, a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016, que acontecem no Brasil e no Rio de Janeiro e em e que tem provocado (com a especulação imobiliária, remoções

5 Meninos negros que pintam o cabelo de louro ou descolorem os cabelos imitando seus ídolos do futebol.

dos mais pobres do cinturão turístico, obras de intervenção em favelas e bairros pobres) um violento processo de redesenho e reordenação do território urbano.

Formação livre e em fluxo

Dentro desse contexto, as linhas de fuga e resistência passam por uma articulação das bordas, de movimentos culturais e sociais que se associam a partir de causas e a partir da produção cultural e que disputam a mídia e a formação da opinião pública, construindo novas narrativas em torno dos territórios e das cidades.

Muitas dessas iniciativas e experiências em curso criam sua própria metodologia de formação: midialivristas, pedagogia Griô, pedagogia quilombola, processos de apropriação das tecnologias pelas cultura populares e tradicionais (indígenas, ribeirinhos, caboclos, etc.), produção cultural e de conhecimentos vindas das periferias brasileiras e das “bordas”, apontando para a emergência de uma cultura popular digital. Parte dessa mutação mais ampla em que a cultura se torna central na produção do conhecimento e na constituição de uma nova economia.

Processos de formação resultados dos fazeres e práticas nos mais diferentes campos: audiovisual, teatro, música, dança, multimídia, conectando e tornando indissociáveis a vida e trabalho desses agentes formadores.

Efervescência e diversidade que podemos encontrar no “Programa Cultura Viva” do Ministério da Cultura do Brasil que se propôs a pensar de forma pioneira e como política pública esses novos arranjos: cultura viva, economia viva, dando visibilidade, conceituando e apontando para o potencial inovador desses processos. E ampliando o próprio conceito de cultura usado nas políticas públicas, para além da produção da chamada “indústria cultural”, com uma perspectiva antropológica de cultura que inclui o modo de ser e estar de grupos os mais singulares.

Dentro dessas dinâmicas culturais destacamos os novos processos formativos. Qual o lugar da educação e da formação numa sociedade em que os dispositivos tecnológicos de criação,

produção, difusão são atravessados por uma forte dinâmica colaborativa, livre, aberta e baseada em ação direta? E que coloca em xeque os intermediários clássicos: escola, universidade, professores e os certificadores dos saberes?

Na passagem do capitalismo fordista para o pós-fordista (imaterial, cognitivo, comunicacional), os processos de produção cultural exigem novos modelos de produção do conhecimento, experiências de formação livre, vivências, vidas-linguagens que explodem a “fábrica”. O novo ciclo de produção na música, no audiovisual, o midialivrisimo, crise das gravadoras, editoras, a crise dos intermediários e atravessadores, a crise do pensamento copyright exige uma nova deriva formativa.

É que a fábrica/Matrix se desregulou, a divisão de saberes e disciplinas estanques que refletia o modelo industrial do século XIX, a linha de montagem com setores isolados e independentes um do outro, se tornou obsoleta, mas ainda atuante: fabricação pela disciplina ou pelo controle de “corpos dóceis”.

Vistas como espaços de “encarceramento” (sejam reais ou virtuais) e de poder sobre a vida, é difícil não posicionar a Escola tradicional no mesmo paradigma disciplinar que regia fábricas-hospitais-prisões (como apontou Michel Foucault) ou no mesmo modelo de controle da vida, assujeitamento dos corpos e produção de desejos, que caracterizam o “biopoder” (poder sobre a vida).

Vida-trabalho-formação-expressão

A questão contemporânea é que toda a sociedade se tornou formativa. A cidade e as redes são o próprio ambiente cognitivo (a cidade é a nova “fábrica” como diz Antonio Negri). O tempo do trabalho se confunde com o tempo da vida (não mais o trabalho morto automatizado, mas o trabalho-vivo, a vida-trabalho). Nesse contexto a Escola não deveria mais formar para a vida, a Escola torna-se a própria vida, se confunde com ela.

É por isso que vemos uma explosão de iniciativas de educação não-formal, escolas livres, universidades livres e uma demanda

por formação nos Pontos de Cultura e Pontos de Mídia, tendo como base a autonomia e liberdade como dois princípios para uma revolução/mutação em fluxo, que já está em andamento.

O desafio é como dar visibilidade e reconhecer esse potencial formador e responder a demanda por formação dos coletivos, comunidades, diferentes tipos de organizações com suas dinâmicas e processos próprios. Experimentar e sistematizar as novas formas de visibilidade, partilha e certificações dos saberes.

Circuito Cultural e Movimento Social

Nesse sentido destacamos ainda as experiências formativas do Circuito Fora do Eixo (que mobiliza uma rede de coletivos de cultura com cerca de 3 mil jovens em todo o Brasil) e que criou a sua própria “Universidade Fora do Eixo“ (UniFdE), um processo de formação aberto e em fluxo, propondo compartilhar e sistematizar suas metodologias de formação: imersões, vivências, observatórios, oficinas, programas on line de TV/Pós-TV; cartilhas; colunas/caravanas de carro/ônibus que rodam territorialmente por todo o país; etc.

Com uma forte experiência midiativista e midiativista, o Fora do Eixo é uma das referências em relação aos modos de transformar a precariedade, a fragmentação e atomização dos coletivos, em um circuito integrado e descentralizado, que tem como base de sustentação uma cultura e economia em rede distribuída.

Trata-se de uma proposta singular e bem sucedida de simultaneidade dos processos de realização, experimentação, formação, em que todas as ações do circuito se tornam metodologias potenciais de formação livre, a serem replicadas e compartilhadas e que lança mão de diferentes estratégias de sustentabilidade, tendo como base, os ativos do próprio circuito (tempo livre, força de trabalho, domínio das linguagens midiáticas e narrativas multimídias).

Ao fomentar e organizar circuitos territoriais e virtuais (de música, audiovisual, palco, letras, mídias, redes de formação política), ao criar experiências de vidas compartilhadas e espaços de convivência comunitárias (com caixas coletivos e um novo comunitarismo), ao criar moedas e bancos de tempo, economia viva, a experiência Fora

do Eixo transborda as fronteiras vida/educação, vida/trabalho, numa deriva experimental em que tudo é “laboratório”, tudo é formação. O processo formativo, seu mapeamento e sistematização não “prepara” para a vida, é a própria vida se experimentando e potencializando.

Economia da Vida

A ideia de uma « economia da vida » ganha corpo no Brasil a partir de múltiplas experiências. Para além do debate de uma “renda mínima universal” horizonte das novas lutas do precariado cognitivo, podemos destacar as experiências das moedas complementares, moedas sociais ou solidárias e o pensamento da economia solidária e das cooperativas. Entre outras formas, de potencialização da autonomia dos coletivos e invenção de mundos.

Mais uma vez apontamos uma dessas experiências inspiradoras : a do “Caixa Coletivo” (ou Banco do Comum), realizada pelo Fora do Eixo. Quando cerca de 3 mil jovens de todo o Brasil nas cidades do interior e/ou capitais reverterem seu tempo e vida para um projeto Comum com um Caixa Coletivo único que paga comida, roupa e casa coletiva, sem salário individual, mas autonomia para retirarem do Comum o que precisarem, abandonam seus “empregos escravos” ou precários na mídia tradicional, na produtora comercial, nas agências de publicidade, ou qualquer emprego fordista e tem que inventar sua própria ocupação. Tem seu tempo e vida liberados, produzidos a partir de uma outra lógica distinta e comunitária.

Trata-se da produção dos mundos novos. A experiência de um básico assegurado muda a lógica da produção cultural. É “devolvido” o tempo do Comum que nos é roubado pelo capital, pelo Estado, pela normopatia (pelas obrigações, pela burocracia) quando temos que « vender » nossas habilidades, comunicação e afetos para o “trabalho morto”.

A experiência do Caixa Coletivo aponta para uma radicalização do modelo de compartilhamento:

“Uma síntese do Caixa Coletivo está no ato de cada participante trazer todos os seus recursos disponíveis, tangíveis e intangíveis

veis, à disposição para as decisões coletivas. Dedicção, estímulo, articulação, mobilização, expertise, paciência, agilidade, dinheiro, cartão, cheque, nome, celular, roupas, bens, produtos, contatos, planos, trabalho, conflitos e sonhos sob gestão integral de cada um, são vistos como recursos do caixa coletivo. Todos devem ser colocados “na roda” pra serem utilizados de forma compartilhada, como força motriz e elementares pra sustentar qualquer passo decidido pelo grupo.” (Apresentação Caixa Coletivo 2013, Lenisa Lenza texto inédito).

É essa disponibilidade radical e tempo livre e autônomo investido no Comum que está na gênese das revoluções do precariado cognitivo. Quem já “perdeu” tudo ou abriu mão de família normopata, salário certo, titulação universitária, para investir toda sua vida em um projeto coletivo, pode tudo.

Novos desafios aparecem nesse modelo de compartilhamento radical e fundo comum (seguridade, dificuldades de gestão partilhada, horizontalidade das relações), mas ter o tempo livre (pago coletivamente), não ter que “vender” seu tempo por comida, roupa e casa é ter uma base mínima de vida sustentável e não se confunde com « trabalhar de graça », nem se trata de uma « renda » ou « bolsa » mínimas. Trata-se de uma outra economia e horizonte de pactuação coletiva para a invenção de mundos. O Banco do Comum pode ser essa base para uma nova « economia da vida ».

Nesse contexto das redes e coletivos de produção cultural, podemos mencionar ainda as experiências midialivristas (de formação pela mídia e para as mídias) que inovam ao simplesmente desconfiguram os espaços tradicionais de fala: a Escola Popular de Comunicação Crítica da Maré (ESPOCC), a Escola de Hip Hop do movimento Enraizados, no Rio de Janeiro, a Agência Redes para a Juventude, o projeto Cinema Nosso, e diferentes coletivos e movimentos que convertem a carência/falta/precariedade em potência, resignificando os territórios vulneráveis, a favela, as periferias, disputando narrativas e inventando suas próprias metodologias de formação.

O entendimento que a comunicação e a mídia deixaram de ser “ferramentas” e se tornaram a própria forma de organização dos movimentos culturais e sociais se expressa de forma transver-

sal nos diferentes projetos e missões dos Pontos e coletivos e de forma mais explícita nos projetos de comunicação e midiativismo.⁶

Trata-se de mobilizar a todos diretamente em um processo intensivo e midiático de formação política que ativa e desloca os lugares de poder/saber. A formação política surge assim como horizonte e missão de muitos grupos e a demanda por um aprofundamento e continuidade nessa formação também é vocalizada nas propostas de diferentes coletivos.

A ideia que a produção de conhecimento deva ser livre e aberta, gratuita, (utilizando licenças flexíveis, Criativa Comum, Recursos Educacionais Abertos/REA) é decisiva nesse novo paradigma. Nesse sentido políticas públicas como banda larga gratuita, o Marco Civil para a Internet ou a Reforma da Lei do Direito Autoral _ descriminalizando as práticas do compartilhamento de arquivos, cópias, exibições de filmes para uso educacional, cultural_ são a base da revolução dos “commons”, dos bens comuns partilháveis e da emergência de uma intelectualidade de massa.

Daí o estímulo decisivo a pesquisas em processo (*work in progress*) abertas na rede e utilizando linguagem Wiki, construção de repositórios públicos e gratuitos de dados e conteúdos, servidores públicos e plataformas, disseminação das webTVs, transmissão ao vivo de conteúdos audiovisuais os mais heterogêneos.

Os princípios da Cultura Livre e da Cultura Digital são outra plataforma transversal e condição para a sustentabilidade e potencialização do campo midialivrista e surgem pontualmente ou como missão de diferentes grupos que trabalham com a apropriação tecnológica.⁷

Essas são também algumas das condições de uma wiki-escola ou wiki-universidade, Universidade p2p ou formação aberta, em que o processo de ensino-aprendizado e a produção dos conteú-

6 Proposta que encontramos em diferentes projetos e coletivos : Agência Pública, Coletivo Palafita, Jornalismo B, Voz da Comunidade, etc.

7 Coletivo Digital, Iconoclassistas, 3ecologias, entre outros coletivos e redes.

dos envolve em diferentes níveis todos os participantes e a própria formação dos educadores/formadores é baseada na produção de conteúdo para os ambientes colaborativos e ferramentas livres.

Outro aspecto importante é a atenção para as linguagens, narrativas, que deixam de ser questões acessórias e junto com a apropriação tecnológica surge como campo de disputa e ação de muitos coletivos. Arte contemporânea, performance, ações político-midiáticas que encaram a estética como indissociável de um campo de expressão e intervenção política, como ampliação de repertório e posse das diferentes linguagens da arte contemporânea.

Futuros Alternativos

No filme *Minority Report*, mutante sensitivos-sensoriais alucinam o futuro. Os PreCogs (criação de Philip K. Dick), considerados “idiotas”, “doentes” e “drogados” pelo sistema, têm o poder de premonição do futuro, vislumbram cenas, indícios, fragmentos e sinais de possíveis crimes.

Uma premonição paradoxal que seria totalmente inútil se não existisse a possibilidade de alterar o futuro. Criar realidades alternativas.

A ideia de futuros múltiplos começa a se formar no Brasil, com a articulação entre os movimentos sociais, culturais, coletivos, redes, midialivristas, Pontos de Cultura, minorias e maiorias em torno de movimentos transversais (Marchas da Liberdade, em São Paulo e em 70 cidades do país, Marcha das Vadias, Bicletadas, Marcha da Maconha, em 2011; Existe Amor em SP em 2012, etc.) conectando lutas locais e globais, exigindo liberdade de expressão, cultura livre, combate ao preconceito e posse da cidade e dos espaços públicos.

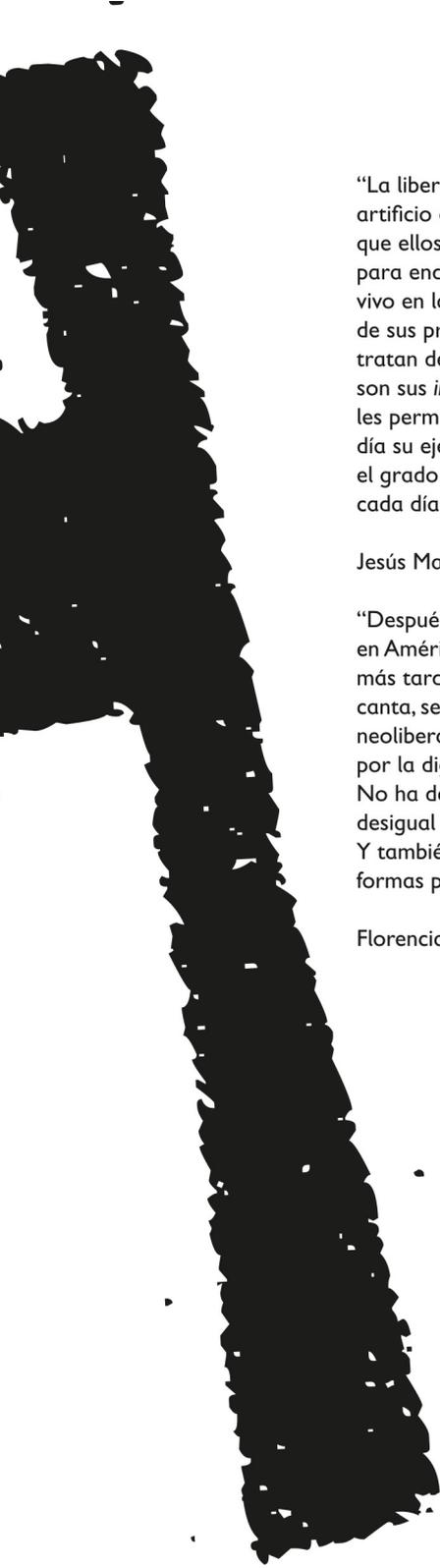
São os nossos PreCogs, uma nova “classe” transversal, o Precariado Cognitivo, precários sensitivos que alucinam e criam futuros. Ou cognitariado, simplesmente.

O precariado da cultura junta camelôs, sem-teto, removidos, agentes da economia informal, garotos de classe media diplomados autônomos desempregados, todos que tem que inventar seu

próprio trabalho, os eco-ativistas, os militantes pela legalização das drogas, homoafetivos, os negros, as periferias, os que andam por terreiros e quilombos ou por terras digitais. Essa é a nova “classe” do capitalismo cognitivo e a força-motriz e de reinvenção da dobra brasileira no contexto global. Do precariado podemos falar da emergência de um cognitariado, o momento em que a precarização se torna potencialização, a precariedade se torna autonomia e liberdade.

Referências

- Bentes, Ivana, *Redes Colaborativas e Precariado Produtivo in Caminhos para uma Comunicação Democrática. Le Monde Diplomatique and Instituto Paulo Freire. São Paulo, 2007.*
- Bentes, Ivana, *Formação Livre e em Fluxo. Texto produzido para o encontro Onda Cidadã, 2012. Publicado em 21/12/2012*
<http://www.ondacidada.org.br/noticias/formacao-livre-e-em-fluxo/>
- Bauwens, Michael, *The Political Economy of Peer Production*
<http://www.ctheory.net/articles.aspx?id=499> and www.p2pfoundation.net



“La libertad de prensa hoy en el viejo Occidente es un mero artificio de embobamiento, la gente se masturba creyendo que ellos son la libertad cuando ellos solitos la están diluyendo para endulzar *su mundo*. Un periódico como *Le Monde* sigue vivo en la medida en que se diluye en el capital que lo alimenta de sus propias ganancias. *The New York Time* y el *Washington Post* tratan de seguir convenciéndonos de que son libres, pero ahora son sus *increíbles editoriales* los que matizan y diluyen la crítica que les permiten sus nuevos dueños, que no son los que compran cada día su ejemplar sino los que han comprado *el discurso posible*, o sea el grado de autocensura que ordena al mundo convenciéndonos cada día de que habitamos un mundo ordenado.”

Jesús Martín Barbero

“Después de la *gran afirmación* en torno a la muerte de la política, en América Latina al Sur primero, y en Europa del Sur más tarde, se habla de crisis del neoliberalismo. Se balbucea, se canta, se pinta en banderas de millones. Y es verdad, el neoliberalismo está en crisis. Lo han puesto en crisis las luchas por la dignidad y la justicia. Pero no ha muerto. No ha desaparecido un mundo de capitalismo tremendamente desigual que necesita del terror y la guerra para mantenerse vivo. Y también de los medios. De esos que son capaces de estructurar formas públicas de sentimiento. De engendrar oídos y vistas.”

Florencia Saintout y Andrea Varela

ISBN 978-950-34-1250-3



FACULTAD DE PERIODISMO
Y COMUNICACION SOCIAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA