

AMERICA LATINA
en movimiento

426



noviembre 2007

Comunicación en debate

30 años

AMERICA LATINA *en movimiento*

Publicación Internacional
de la Agencia Latinoamericana
de Información

ISSN No. 1390-1230

Director: Osvaldo León

ALAI: Dirección postal
Casilla 17-12-877, Quito, Ecuador

Sede en Ecuador
Av. 12 de Octubre N18-24 y Patria,
Of. 503, Quito-Ecuador

Tel: (593-2) 2528716 - 2505074
Fax: (593-2) 2505073
Redacción: info@alainet.org
Suscripciones:
alaiadmin@alainet.org
Publicidad: alaiadmin@alainet.org
URL: <http://alainet.org>

ALAI es una agencia informativa, sin
fines de lucro, constituida en 1976
en la Provincia de Quebec, Canadá.

Las informaciones contenidas en esta
publicación pueden ser reproducidas
a condición de que se mencione
debidamente la fuente y se haga
llegar una copia a la Redacción.
Las opiniones vertidas en los artícu-
los firmados son de estricta respon-
sabilidad de sus autores y no reflejan
necesariamente el pensamiento de
ALAI.

Suscripción (12 números anuales)

	Individual	Institucional
A. Latina	US\$ 40	US\$ 60
Otros países	US\$ 55	US\$ 100

Cómo suscribirse:

www.alainet.org/revista.phtml

Artes Gráficas SILVA 2551-236

13 noviembre 2007
año XXXI, II época

426

Ilustración de portada:
Pavel Éguez (Ecuador)
Grito de los Excluidos
óleo sobre tela (2006)

Diseño de portada:
Verónica León

- 1 Comunicación: puntos de agenda
Sally Burch
- 4 ¿Qué es una prensa pública?
Emir Sader
- 8 El caso de la Comunidad Andina:
Integración y comunicación
Adalid Contreras Baspineiro
- 11 Comunicación y democracia participativa
Blanca Eekhout
- 16 Los movimientos sociales como
sujetos de la comunicación
Raúl Zibechi
- 24 La pedagogía popular de la comunicación
Claudia Korol
- 29 Brasil: Construyendo alternativas
de comunicación
Nilton Viana

Comunicación: puntos de agenda

Sally Burch

El rol de los medios de difusión, la libertad de expresión, los medios públicos son, entre otros, temas que en los últimos meses han cobrado relevancia en el debate público y mediático. Lo cual no es ajeno a los cambios que está viviendo la región, ni al accionar de movimientos sociales en lucha contra las políticas neoliberales, que se sienten invisibilizados y excluidos por el actual sistema mediático. Pero también tiene que ver con las aceleradas innovaciones tecnológicas registradas en el sector, y el creciente descrédito del sistema mediático hegemónico.

En efecto, un eje de las reivindicaciones de los pueblos movilizados en los últimos años para abrir el juego democrático, con mayor participación y transparencia, es la reivindicación de tener voz y, por tanto, acceso a los medios de expresión pública. Al tiempo que se amplían los cuestionamientos a los medios de difusión del *establishment*, erosionando su credibilidad y legitimidad.

Convertidos en actores directos en el escenario político -incluso supliendo el rol de los partidos políticos en descalabro-, los grandes medios se han convertido en blanco frecuente de críticas. Se les cuestiona por determinar, en función de sus intereses particulares, qué temas entran o no en la agenda pública; por asumir la defensa abierta de la agenda de sectores empresariales (vinculados o no); o por buscar gravitar en los resultados electorales. También se les reclama por estigmatizar a los nuevos actores sociales, por criminalizar la protesta social y por negar espacios de opinión a los sectores y pueblos marginados o discriminados socialmente, o a las mujeres. Críticas que se oyen no solo por parte de las organizaciones sociales y otras voces ciudadanas, sino también desde otros medios, ansiosos por deslindar su imagen de tales prácticas.

Amplio debate

Bajo los postulados liberales a partir de la Revolución Francesa, la formulación de la libertad de expresión, como derecho humano, se constituyó en un eje clave de la defensa de la democracia. Esta propuesta suponía una prensa independiente, guardián de los valores democráticos, y vigilante de los abusos del poder político, y que requería, por lo mismo, protección frente a éste.

Este marco de derechos no contemplaba el actual carácter de los medios mercantilizados, donde lo comercial ya no se limita a una forma de financiar la prensa, sino que el lucro se ha convertido en la principal finalidad de gran parte del sector.

En efecto, la globalización neoliberal llegó con tal fuerza al mundo de la comunicación, que tanto los soportes tecnológicos, como también la propia "industria cultural" de contenidos, se han convertido en sectores altamente rentables. Tal es así que conglomerados económicos que nada tenían que ver con los medios de comunicación ahora están dominando el sector, a la vez que impulsan un acelerado proceso de concentración y convergencia.

Enfrentada a esta situación, la prensa independiente tiende a ser absorbida, o sobrevive con dificultad, cuando no desaparece del mapa. Situación que pone en entredicho el pluralismo, la diversidad, la independencia e incluso la ética de gran parte del sector mediático, constituyendo una nueva amenaza a la libertad de expresión. En este contexto, cabe preguntarnos si el control corporativo de los medios no es hoy una de las principales amenazas al derecho a la información, siendo que el actual marco de derechos carece de mecanismos de defensa frente a este peligro.

Esta realidad es uno de los principales factores que están contribuyendo a reactivar la demanda de democratización de la comunicación. Reivindicación que ya no solo es bandera de sectores que tienen a la comunicación como su principal eje de actividad, sino que está encontrando eco en otros sectores ciudadanos, y en particular en los movimientos sociales organizados.

Bajo esta óptica, cuestiones como: quiénes controlan los procesos de comunicación en la sociedad; quiénes participan en ellos; y cómo se desarrollan y gestionan las respectivas instituciones y tecnologías, son aspectos fundamentales que, en cualquier sociedad que se pretenda democrática, deberían no solo ser tema de un amplio debate ciudadano, sino también estar sujetos a normas que precautelen el interés público, y contar con un conjunto de políticas públicas para su desarrollo.

Esfera pública

Justamente uno de los ejes centrales de las demandas de democratización es la defensa del carácter público de la comunicación, que implica reconocer que todos los medios de comunicación cumplen un servicio público, más allá de si su gestión se encuentra bajo control privado-comercial, estatal, comunitario u otro. En este marco, también se ha renovado la propuesta de desarrollar medios públicos, como política del Estado, pero concebidos como medios de carácter ciudadano y con amplia participación de los sectores que han sido marginados de los procesos de comunicación social.

Como anota Celso Schröder, Coordinador General del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación de Brasil: "Al dejar a las comunicaciones por fuera del principio de bien público que rige a los demás servicios, permitimos que el financiamiento vía publicidad se torne insuficiente y los servicios privados, excluyentes". Por lo mismo, acota, "disciplinar el área de las comunicaciones a partir de la óptica del control público es justamente garantizar la inserción de espacios y mecanismos de participación donde intereses distintos que se encuentran en disputa

puedan ser confrontados de forma plural, ecuaníme y transparente. Sin asegurar esto, continuaremos cediendo la esfera pública para favorecer el predominio privado, que impone censuras tan nocivas para la democracia, como los estados autoritarios" (<http://www.proconferencia.com.br/artnot/19.htm>).

De hecho, a lo largo y ancho de las Américas, están apareciendo nuevos actores y nuevas luchas sociales que buscan democratizar la comunicación, incluyendo el restablecimiento de una normatividad en el ámbito mediático. La edición de junio 2007 de *América Latina en Movimiento* hace un recuento de tales procesos en una decena de países del continente. A su vez, se ha visto un incremento de las intervenciones desde los sectores de poder político en este sentido -y no solo en los países con gobiernos de corte progresista-, que han provocado una reacción enérgica e inmediata por parte de los medios de difusión comerciales, que sienten amenazado su poderío.

La reciente adopción de la Reforma Electoral en el Senado mexicano es un caso emblemático. Adoptado por consenso entre los tres partidos mayoritarios, la Reforma impide que los partidos puedan contratar en forma directa su publicidad en los medios de difusión (sino que las franjas serán administradas por el Estado), lo cual limitará la injerencia que éstos ejercen sobre el proceso electoral (y también sus abultadas ganancias). Los dos canales que ejercen un cuasi monopolio -Televisa y TV Azteca- realizaron una intervención directa del más alto nivel en el Senado, alegando que la reforma constituía un atentado a la libertad de expresión. No obstante, los mismos senadores que un año antes aprobaron la llamada "Ley Televisa", esta vez cerraron filas, recordando a los medios que tienen bajo concesión un bien que es propiedad de la nación.

Sin duda es por el descrédito en el cual han caído y las presiones de este tipo que están recibiendo, que los medios han accedido a abrir un debate sobre su rol, tema que normalmente evaden. El mensaje que vehiculan, bajo el manto de la libertad de expresión, es que ellos son, y deben permanecer, intoca-

bles: cualquier medida para corregir los desequilibrios que ha generado un sistema mediático mercantilizado y concentrado equivaldría a "censura"; sencillamente consideran que no cabe adoptar políticas públicas en esta área.

Esta estrategia, por cierto, ha logrado generar desconcierto en la opinión pública, al confundir la libertad de expresión -que es un derecho de todos los seres humanos- con la agenda privada de los medios de difusión.

La "otra comunicación"

Paralelamente, la última década ha visto un resurgimiento y multiplicación de iniciativas ciudadanas de comunicación, que expresan formas de resistencia al modelo comunicacional elitista y centralizado. Un factor catalizador de estas expresiones ha sido, sin duda, las oportunidades inéditas ofrecidas por las nuevas tecnologías de comunicación, en particular Internet, que por su relativa accesibilidad, bajo costo y gran versatilidad y alcance, han permitido abrir grietas en el sistema de comunicación hegemónico.

Particularmente para los procesos de articulación social que irrumpieron, desde lo nacional hasta lo mundial, a partir de los años 90, en resistencia al modelo neoliberal y por la construcción de "otro mundo posible", la apropiación de tales oportunidades ha potenciado enormemente sus dinámicas de organización y difusión. Estos movimientos van reconociendo que se trata de un espacio de disputa estratégica, lo cual exige pasar de los "medios" a los "finés"; esto es, de la visión instrumental a la política. Y, consecuentemente, implica encarar el desafío de pensar en estrategias comunicacionales contra-hegemónicas como condición para desbloquear la capacidad de expresión de las fuerzas sociales históricamente sometidas que hoy pugnan por cambios sociales.

Estas experiencias -a veces conocidas como la "otra comunicación", en alusión a ese otro mundo que reclama el Foro Social Mundial-, al asumirse como defensoras por la democratización de la comunicación, contribuyen a que ésta ya no aparezca como anhelo tan distante

e inalcanzable, sino relacionado a una práctica concreta y cotidiana, con potencial de disputar espacios.


Las confluencias que se vienen produciendo, tanto en las respuestas comunes a partir de estas prácticas, como en torno a las acciones de sensibilización y propuestas políticas, una de cuyas expresiones es la Campaña Continental por los Derechos de la Comunicación, han permitido avanzar en la definición de puntos de agenda para encarar los nuevos desafíos políticos en la región. Desafíos que incluyen, entre otros, la incidencia en la formulación de los nuevos marcos constitucionales, legales y de políticas públicas, o las propuestas en comunicación de cara al renovado proceso de integración regional, para que se traduzca efectivamente en integración de los pueblos.

Entre estos puntos, se contempla:

- * La reafirmación del carácter público de la comunicación implica reivindicar que la sociedad debe tener el derecho de normar su funcionamiento; lo cual no es atentar a la libertad de expresión, ni tampoco es justificar la censura. Dentro de este marco, un tema fundamental es reforzar las regulaciones para restringir la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, junto con garantías para la diversidad y la pluralidad en la comunicación.
- * La democratización y transparencia del sistema de concesión de frecuencias -en tanto recurso público escaso- es evidentemente un tema clave; incluyendo la legalización de los medios comunitarios y el derecho de los pueblos indígenas de tener sus propios medios.
- * La comunicación pública implica también fomentar la creatividad ciudadana, la diversidad de contenidos y la creación de nuevos modelos comunicativos alejados del sensacionalismo que caracteriza la comunicación comercial. Ello apela a políticas públicas tanto para el acceso, como para desbloquear la capacidad de expresión ciudadana -mediante capacitación, igualdad de oportunidades, discriminación

positiva, etc.-, para que los sectores sociales que han sido marginados de los procesos de comunicación puedan efectivamente ejercer sus derechos en este plano.

- * Un tema nuevo frente al cual se impone adoptar definiciones es el de la televisión y radio digital, que en pocos años va a remplazar los actuales sistemas analógicos. ¿Cuál sistema permite una mayor democratización de la comunicación y cómo se debe normar la concesión de las frecuencias? Con la gran cantidad de canales que este sistema puede soportar, ¿cómo lograr un equilibrio entre los canales extranjeros y la producción y cultura propia? Es también una oportunidad para pensar una lógica distinta al modelo privado que rige en casi toda la región.
- * En el ámbito de las tecnologías digitales, cabe explorar la formulación de nuevos derechos: de acceso a la tecnología y a la capacitación correspondiente; para reforzar la protección contra el abuso de los datos personales, entre otros.
- * Se impone buscar la modificación del actual régimen de propiedad intelectual, que lejos de proteger el interés público y los creadores de nuevos conocimientos y productos culturales, tiende a su privatización y a prolongar indefinidamente el lucro empresarial.
- * Los derechos de las mujeres requieren de un tratamiento específico y transversal, que se dirija no solo al acceso diferenciado, sino también a los desequilibrios de poder presentes en casi todas las áreas de la comunicación.
- * Además, corresponde reivindicar y reapropiar el sentido pleno de la libertad de expresión: como derecho humano y condición del ejercicio de la ciudadanía, y no como prerrogativa reservada a las empresas mediáticas.

4 Inquietudes como éstas motivaron que ALAI, como parte de las actividades por sus 30 años, organizara dos eventos en Quito, el pasado 30 de octubre: el primero, el Seminario "Movimientos sociales y ciudadanos y políticas públicas de comunicación", coordinado con CLACSO, en el marco del Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la FLACSO, y el segundo, el conversatorio público "Comunicación en clave de movimientos sociales". Los aportes para estos dos eventos constituyen la base de esta edición. 

¿Qué es una prensa pública?

Emir Sader

Hay una frase de un periodista brasileño, muy actual, porque las campañas electorales en América Latina son cada vez más parecidas. No es que los candidatos sean iguales, pero la postura de la prensa monta un esquema absolutamente similar, entonces un periodista brasileño, después de la derrota de la derecha brasileña, dijo: "el pueblo votó contra la opinión pública".

Es un ejemplo de la fabricación de la opinión pública, que se reproduce en varias partes con candidatos distintos. No voy a mencionar el papel que tiene la prensa privada, monopólica, frecuentemente familiar, como el partido hegemónico de la derecha latinoamericana; basta con decir que cuando se plantea el tema de si Ecuador es democrático, si Uruguay es democrático, si Bolivia es democrática, el tema

Emir Sader, sociólogo brasileño, es secretario ejecutivo del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).

que surge es si hay prensa libre y prensa libre pasó a ser igual a prensa privada, literalmente.

En este sentido, hay una victoria ideológica del liberalismo que hace esa identificación, al igual que cuando se plantea si Bolivia es democrática, significa si el sistema político es democrático, no si el país es democrático, no si Brasil es una democracia. Brasil es la peor dictadura social del mundo, tiene la peor concentración de renta del mundo, sin embargo, como sistema político obedece a las normas tradicionales del liberalismo: se considera que Brasil es democrático.

Trampa del neoliberalismo

Creo que el tema nuestro es desarticular el campo teórico que impuso el liberalismo para el debate y retomar ese campo en función de las categorías democráticas pos - neoliberales.

En el campo teórico, el neoliberalismo plantea alrededor de la polarización entre lo estatal y lo privado, que dominó las últimas décadas el debate. Y como el que parte y reparte se queda con la mejor parte, se quedaron con lo privado, que se volvió una canasta general donde están múltiples y distintas cosas, frecuentemente contradictorias entre sí.

A través de esa constitución del campo teórico, el neoliberalismo primero se apropia de una categoría muy importante, sobre todo en las últimas tres décadas, la de lo privado, porque en la esfera privada están los derechos individuales, están los temas de género y varios otros temas importantes. Se trata de una operación, una trampa teórica, porque cuando se privatiza una empresa no se está entregando en manos de los individuos las acciones de la empresa, se las está sacando al mercado, para que compre el que tiene más capital. Es entonces una apropiación indebida de una categoría que no la podíamos regalar a ellos, pero que quedó con el cliché de lo que es privatización y eso es grave porque crea confusión entre privatización, sociedad civil, esfera individual. Es como si la democratización fuera la reapropiación por la sociedad civil de lo que el Estado le había arrebatado

indebidamente, identificando democratización con desestatización, con privatización.

Mercantilización

Sin embargo, la categoría central del neoliberalismo no es la esfera privada, es la esfera mercantil. Si uno analiza el capitalismo en la era neoliberal, es el capitalismo de mayor expansión de las relaciones mercantiles en el mundo. Lo que uno no imaginaba que era mercancía se ha vuelto mercancía (educación, salud, etc.). Cuando dictábamos clases de economía decíamos que hay valor de uso y valor de cambio, que hay cosas que tienen valor de uso sin tener valor de cambio, pero ahora todo tiene valor de cambio: hasta el agua lo tiene e incluso el aire porque se valoran más las casas en las zonas menos contaminadas de las ciudades.

Las relaciones mercantiles llegan a China, que era un país que se resistió a la influencia mercantil occidental durante siglos, llega a las periferias más pobres de nuestras sociedades. La esfera del neoliberalismo es la esfera mercantil y nuestra esfera no es la estatal. El Estado puede ser perfectamente mercantilizado, financierizado, como suele ser el caso de los Estados en una era neoliberal.

Esfera pública Vs. esfera mercantil

La esfera democrática es la esfera pública, la esfera de universalización de derechos. El Estado es un espacio de disputa entre la esfera pública y la esfera mercantil. Pierre Bourdieu decía que siempre hay dos brazos dentro del Estado: uno, en general minoritario, que defiende intereses públicos y otro, que suele ser mayoritario, que defiende los intereses mercantiles. Entonces, esa es la disputa esencial: la que se da entre la esfera pública y la esfera mercantil.

Democratizar es desmercantilizar, sacar de la esfera mercantil y llevar a la esfera de la solidaridad, de la complementariedad, del intercambio, a la esfera pública. De ahí la importancia de la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), donde se realiza lo que el Foro Social Mundial siempre planteó como un

comercio justo, un comercio de intercambios solidarios, fuera de los precios de mercado, fuera de la esfera mercantil, donde el país que tiene da, el que no tiene recibe; es un espacio todavía pequeño, pero ejemplar.

Ejemplar porque es el único espacio mundial fuera de las relaciones de libre comercio, de la Organización Mundial de Comercio (OMC), en el que no se intercambian los métodos de educación y de alfabetización cubanos, por ejemplo, a precios de mercado. Venezuela da petróleo porque tiene petróleo. Cuba da la mejor salud pública del mundo que es lo que construyó históricamente. Es un intercambio que no está medido por precios de mercado, al igual que la Operación Milagro, al igual que el método cubano de combate al analfabetismo, que se desarrollan en la esfera no mercantil.

Este es un tema central que permite pensar lo que es la esfera pública y a partir de ahí poder pensar lo que debe ser una prensa pública. La prensa es básicamente mercantil, es una prensa que es financiada no por la compra de los lectores, es financiada por las agencias de publicidad, es vendida primero a las agencias y después al público. Por eso les interesa no la cantidad de lectores sino la calidad, la capacidad de compra de los lectores para poder venderla a las agencias, diciéndoles: Mis lectores viajan tres veces al año al exterior, compran coche cada dos años, toman whisky extranjero, etc.

Es un circuito cerrado que condiciona lo que se llama opinión pública, porque es una opinión selectiva, condicionada por el mercado de las agencias de publicidad. Esta es la dinámica de la prensa mercantil.

6 ¿Cómo puede ser una prensa pública? No tenemos grandes experiencias de eso. El caso más conocido, un caso frustrado, fue el de la nacionalización de toda la prensa peruana durante el gobierno nacionalista de Velasco Alvarado, que tiene grandes realizaciones, entre otras, la reforma agraria, el establecimiento de los procesos penales en lenguajes indígenas. No es un gobierno que hay que banalizarlo. Pero al nacionalizar, en verdad, estatizó a la prensa y entregó la dirección de

la misma a sindicatos de periodistas y de otras categorías, así como a instancias directamente estatales. Se volvió una prensa estatal, una prensa donde no había gran capacidad de organización social y por lo tanto no había un intercambio estrecho entre esa prensa y las organizaciones populares.

Era un gobierno que, además, tenía rasgos autoritarios y que tampoco llegó al poder en el auge de movilizaciones populares muy amplias. Hubo una prensa estatal que no es una prensa desechable, de la que no hay que tener vergüenza pues un gobierno que gana las elecciones tiene la obligación de rendir cuentas de lo que hace, de lo que piensa, al pueblo, entonces, existe una prensa directamente estatal, porque en general la prensa privada dice: Yo tengo el 40% de la audiencia, debo tener el 40% de la publicidad.

Pero la mayor encuesta de opinión pública son las elecciones y ellas dan lo que el pueblo quiere que sea el país, qué proyectos, qué dirección política, qué partidos, entonces, una prensa estatal es perfectamente posible, no es avergonzante, porque en caso contrario se coloca a la defensiva lo que se opone a la esfera mercantil, pretendiendo caracterizar que todo lo que es estatal es antidemocrático.

Los gobiernos no se atreven a decir que tienen una prensa oficial, una prensa que da el punto de vista del gobierno, pero cuando son elegidos democráticamente tienen todo el derecho y la obligación de informar, sino quedan de rehenes de los espacios que da la prensa privada, de los espacios de la televisión, que a veces tienen derecho de reivindicar.

Hay un tipo de prensa estatal que no debemos desear vergonzantemente porque una parte de sus experiencias no hayan sido positivas.

La batalla de las ideas

La idea de prensa pública es la idea de la construcción de consensos que no son necesariamente estatales, en los que el Estado participa, pero no es determinante, es una fuerza entre otras. Este es un tema muy importante porque el neoliberalismo impuso la

hegemonía liberal. Hay una frase importante de Perry Anderson cuando analizó la izquierda francesa, que vale para países como Brasil, Uruguay y otros cuando dice: "Cuando finalmente la izquierda ganó el gobierno, había perdido la batalla de las ideas".

Una cosa hubiese sido Lula electo en 1989 y otra cosa es ser elegido en 2002. Para varios países puede tener sentido, países que pasaron por procesos neoliberales, donde no solo se transformaron el Estado y las relaciones sociales sino también la hegemonía cultural, y el liberalismo no sólo se volvió hegemónico, sino que penetró dentro de la misma izquierda. En el neoliberalismo, la batalla más importante que perdimos fue la batalla de las ideas.

La hegemonía neoliberal descalificó una cantidad enorme de categorías que dificultan la superación del capitalismo. El mayor drama histórico contemporáneo es el hecho de que el capitalismo revela sus límites claros, pero las condiciones de instauración de una sociedad socialista tuvieron un retroceso muy fuerte. En ese marco se reproduce un tiempo de inestabilidad, de turbulencias, hasta que se generen condiciones para la superación de la crisis hegemónica que vive el mundo contemporáneo.

Pensemos en las precondiciones del socialismo en términos de cultura socialista, en el sujeto de la clase trabajadora y otras categorías que son descalificadas, junto con las de planificación centralizada, las soluciones colectivas a los problemas, y sustituidas por otras, como las del consumo, la solución individual a los problemas, etc., que se han vuelto preponderantes.

Aun sin discutir la naturaleza de la sociedad china, si se mira hacia China, se ve expectativas de consumo, actitudes frente a la tecnología, mercantilización, etc.; que son inducción no solo del capitalismo, sino del capitalismo estadounidense. Si miramos hacia las periferias de nuestras grandes ciudades, vemos a los jóvenes pobres ambicionando un consumo al estilo norteamericano, en el cual el *shopping center* es una utopía.

Disputa de sentidos

Retomando el tema, una prensa pública no debe ser solo una prensa de debate, sino también una prensa de construcción de nuevos valores, porque no hay otra forma de vida hoy día que dispute hegemonía con la forma de vida norteamericana. No era el modelo soviético, no son los evangélicos, ni los islámicos, quienes les pueden disputar hegemonía a los estadounidenses. Ellos penetran en el mundo prácticamente sin defensa, sin resistencia fuerte, no hay otra forma de sociabilidad que se les oponga con fuerza a nivel global y bastante también a nivel local.

Una prensa pública no debe sólo dedicarse a la información, al debate y a la construcción de valores, sino que debe dar una especial atención a los jóvenes pobres. Gran parte de nuestro futuro se está definiendo con esos jóvenes de la periferia de las grandes ciudades, que son la mayoría de la población y que no tienen futuro en el mercado capitalista, no son los consumidores de lujo del futuro, no son los obreros calificados del futuro, pero son la mayoría y que hoy día están abandonados a la ideología dominante, a las alternativas que les presentan el consumo, el evangelismo, el narcotráfico, etc.

Construir una prensa pública no es solamente incentivar el debate político, el debate formativo, es también dar espacios de construcción de identidades diversificadas, de identidades autónomas que, en gran medida, se orienten hacia los jóvenes porque son aquellos que tienen más disponibilidad ideológica. La mayor demostración de la hegemonía ideológica del modo de vida norteamericano es cuando los pobres, los más masacrados y víctimas de la globalización neoliberal, asumen valores y expectativas que son las exportadas por Estados Unidos. Un objetivo central de una prensa pública es apoyar la construcción de sociabilidades alternativas, identidades alternativas, consensos alternativos en el marco de la construcción de una hegemonía alternativa a la neoliberal.

Termino diciendo que por donde avanza la
pase a la página 23

El caso de la Comunidad Andina:

Integración y comunicación

Adalid Contreras Baspineiro

Aunque la vinculación entre integración y comunicación es epistemológica y conceptualmente obvia, no lo es tanto en la práctica ni de los procesos de comunicación, menos de los de integración. Lo dicho representa un campo de paradojas donde mientras en la teoría la integración es a la vez comunicación y la comunicación en tanto relación es también integración, en la realidad política y social se aprecia que comunicación e integración no siempre andan juntas ni comparten el mismo camino; por el contrario, pareciera que les fuera más cómodo caminar por separado, confiadas acaso en la obviedad conceptual de sus aproximaciones.

Pero a pesar de lo expresado, y para hacer todavía más complejo el panorama de las relaciones entre comunicación e integración, podemos afirmar que sí existe una articulación entre ambas y los modelos de desarrollo o, lo que es lo mismo, con los procesos socio-históricos en los que -y para los que- se desenvuelven.

Aplicado al caso de la Comunidad Andina, podemos establecer una tipología de tres modelos: 1) el modelo de integración como sustitución de importaciones y la comunicación crítica; 2) el modelo de integración del regionalismo abierto y la comunicación como difusión; y 3) el modelo de la integración integral y la comunicación como relación.

Sustitución de importaciones y comunicación crítica

Al finalizar los años 60, esa década que incubaba las teorías de la dependencia, en el continente americano se manejaba la tesis de la industrialización mediante la ampliación de

los mercados nacionales a través de la exportación de productos, procurando además una inserción más adecuada en el mercado internacional.

Al calor de estas propuestas nace el Pacto Andino el año 1969 con el Acuerdo de Cartagena, que se plantea no sólo una industrialización en escala, sino una política industrial conjunta, promoviendo la sustitución de las importaciones. En los objetivos del Acuerdo de Cartagena se inscribe el del desarrollo armónico y equilibrado planificado subregionalmente y no ya solamente por países. Para ello se propone la creación de un mercado común y la adopción de un arancel externo común, que favorezca las transacciones entre los países andinos. La estructura responsable del manejo de estos procesos es la Junta del Acuerdo de Cartagena, que tiene como una de sus características la supranacionalidad de sus decisiones.

En este contexto de cambios profundos en la estructura social y económica del continente, que se acompaña de procesos nacionales de transformación de sus organizaciones sociales, la Junta del Acuerdo de Cartagena asume la comunicación como uno de sus componentes centrales, en el entendido que el desafío de la integración suponía un proceso de nuevas apropiaciones culturales. Los desafíos del Pacto Andino no tienen relación con las comprensiones del desarrollo como etapas evolutivas, sino más bien con transformaciones profundas en las relaciones históricas.

La propuesta de comunicación, que tiene su expresión símbolo en la producción de la serie de programas para televisión "Nuestra América", no es ajena a las concepciones acu-

ñadas en la búsqueda de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Su orientación, valorizadora de las potencialidades económicas, sociales y culturales de los países de la región en caminos que se integran, tiene visos de soberanía cultural, reivindica el derecho a la información, y es un esfuerzo por la democratización de los flujos y procesos de comunicación.

Regionalismo abierto y difusión

Con el Consenso de Washington, las políticas y los conceptos de integración experimentan una revisión. Las corrientes de liberalización externa que predominan en las políticas económicas de los países de la región, se dotan de una fórmula de integración -y de comunicación- a la par de la apertura externa al comercio y la inversión internacional.

El nuevo tratado de integración andina, que es una especie de subproducto de la apertura, basa su estrategia en una liberalización frontal del mercado de bienes y servicios, así como la liberalización total de los intercambios mediante la conformación de una zona de libre comercio. Para ello se robustece el arancel externo, se fijan franjas de precios, se establece una unión aduanera, se dedican esfuerzos a la armonización de políticas, y se devuelve la capacidad de decisión a los países, creando una Secretaría General en reemplazo de la Junta del Acuerdo de Cartagena.

A este modelo de desarrollo e integración se le denomina "regionalismo abierto", por la compatibilidad que se busca entre la integración regional y mundial, en sociedades donde son necesarias medidas de ajuste estructural para llegar al libre comercio pleno en la economía globalizada. Según la CEPAL, el regionalismo abierto se refiere a un proceso de creciente interdependencia económica a nivel regional, impulsado tanto por acuerdos preferenciales de integración como por otras políticas en un contexto de apertura y desreglamentación, con el objetivo de aumentar la competitividad de los países y constituir un cimiento para una economía internacional más abierta.

La apertura de la integración a la energía del comercio convoca a la aplicación de procesos de comunicación organizacional, así como a la información de las acciones que se desarrollan. La óptica se revierte, se pone en escena la antípoda de la comunicación que busca construir culturalmente espacios apropiados de integración, y se encamina una línea de difusión de las bondades del libre mercado y de la importancia de la liberalización y la competitividad.

En consecuencia, la comunicación se externaliza a los sujetos o ciudadanos andinos, se arroja en las decisiones comunitarias y se realiza en los avances que los países logran en sus políticas de ajuste y de apertura. Los ciudadanos se convierten en consumidores. A la par con las teorías de la persuasión, los órdenes discursivos significan, dan pertinencia y universalidad a categorías y órdenes preestablecidos en la legitimidad del libre mercado.

Paradójicamente, no es la saturación de mensajes sino en muchos casos el silencio, el que va a caracterizar los procesos de comunicación que llevan a un relativo, especializado y segmentado conocimiento de los procesos institucionales, junto con un marcado desconocimiento de los reales procesos de integración y desintegración en el mundo globalizado.

Integración integral y comunicación como relación

Entrando al siglo XXI, otros escenarios se pintan en el continente. Nuevos modelos económicos y enfoques políticos cambian el escenario de las políticas nacionales y también los de la integración. La Comunidad Andina no se exime de estos procesos. Bolivia y el Ecuador cambian sus modelos de desarrollo, persisten en su propósito del desarrollo regional, y aspiran a un reconocimiento de sus propuestas en el seno de la CAN, donde conviven con Perú y Colombia, que se aferran a los esquemas de liberalización. Existen dos visiones sobre la inserción internacional de los Países Miembros y el papel del Estado en las políticas de desarrollo.

La alternativa para la construcción de consensos respetando las diferencias es la propuesta de la "integración integral", basada en el desarrollo humano sustentable y equitativo para vivir bien, que se sustenta en la armonía de los hombres en sociedad y con la naturaleza. Esta integración expresa su respeto por la diversidad y las asimetrías, aglutinando diferentes visiones, modelos y enfoques. Se busca asimismo una política convergente hacia la formación de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

Por otra parte, la "integración integral" pone en el mismo nivel de importancia y jerarquía las agendas económica, social, política y ambiental, superando de este modo el sesgo economicista y comercialista de la integración en su etapa anterior. Con este enfoque, se pretende combatir la pobreza, la inequidad y la exclusión social; recuperar la armonía y el equilibrio entre el hombre y la naturaleza; mejorar la competitividad de las empresas y la productividad de las economías andinas; incorporar a los pequeños productores en los procesos de integración; impulsar una política exterior común que genere beneficios para toda la población; fortalecer las democracias participativas y los derechos humanos en la Comunidad Andina; y posibilitar la participación social y espacios de diálogo con la sociedad civil.

En la diversidad de enfoques, existe una recuperación de la voluntad de cambio para construir procesos de desarrollo. Los ciudadanos, la sociedad civil, los sujetos sociales son nuevamente actores y protagonistas de los cambios políticos, así como de la definición de políticas junto con sus gobiernos.

En un esquema de esta naturaleza la comunicación necesita pensarse multidimensional, de diversas aristas y posibilidades articuladas por un propósito, el de la construcción del discurso convergente entre sujetos sociales, entre modelos de desarrollo, entre países, y entre bloques de integración. Es decir, se

requiere, del mismo modo que la integración integral una comunicación integral que ponga en relación paradigmas de comunicación.

En este sentido, la CAN está optando por un sistema de comunicación de triple constitución. Por una parte una comunicación participativa, donde redes de comunicadores y medios, así como la sociedad, expresan sus propuestas de sociedad. Por otra parte la comunicación política o de la construcción hegemónica de discursos pone en el debate posiciones buscando consensos prácticos que encaminen la integración en sus ámbitos económico, social, político y cultural. También son necesarias formas de comunicación institucional que posicionen la noción de la supranacionalidad, o de la "nación andina", como una posibilidad de convivencia. Finalmente la información es indudablemente una necesidad básicamente educativa para el conocimiento de los procesos de integración andinos y la motivación de la participación en ellos.

Este sistema de comunicación pone en el tapete concepciones originales de la comunicación en los que se pone en relación modos de vida, propuestas, necesidades e imaginarios. La comunicación vuelve a ser un ámbito de ejercicio del derecho a la palabra y un espacio dinámico de construcción del discurso compartido. En este sistema la comunicación genera redes de comunicación que pone en relación a ciudadanos y operadores de políticas, cada uno desde su propio espacio. Lo importante de la comunicación es que teje estas redes. Con estas relaciones, la integración teje también la realidad existente con la realidad por construir. En suma, la comunicación se suma a la tarea integradora que no es otra cosa que un plebiscito cotidiano para la construcción de convergencias. ◀

Adalid Contreras Baspineiro, sociólogo y comunicólogo boliviano, es actualmente Director General de la Comunidad Andina.

Comunicación y democracia participativa

Blanca Eekhout

La Democracia Participativa, tiene la obligación de crear un nuevo modelo comunicacional, pues sólo es posible una verdadera participación popular si el pueblo es protagonista del proceso y para ello el pueblo debe reconocerse, reencontrarse y articularse, es decir, comunicarse. Y esa comunicación pasa por el uso de los medios masivos. Hasta ahora el paradigma comunicacional dominante, como dice Ignacio Ramonet, es la dictadura mediática; es un modelo basado en el poder mediático y es el sustento fundamental de la democracia liberal burguesa: la democracia representativa. Es la bisagra que une a las grandes mayorías con los sectores dominantes. Este modelo de comunicación pretende la identificación de los sectores populares, desposeídos; con las visiones, discursos y objetivos de un pequeño sector económico y políticamente poderoso, ligado a intereses transnacionales.

La representación mediática de las masas, la suplantación del sujeto en el hecho comunicacional, otorga a una elite de la sociedad el poder de expropiar al pueblo su voz e imagen propias. Una reducida gama de periodistas, dirigentes políticos, especialistas y artistas de la farándula se convierten en la expresión cultural y política de un pueblo. El espacio público se ve reducido al escenario mediático, el montaje para la pantalla excluye casi totalmente al referente real. Los contextos y procesos desaparecen; lo que no se invisibiliza, se banaliza o estigmatiza; el pueblo mestizo, indígena, afrodescendiente, campesino y trabajador es una especie de fenómeno de circo que aparece de vez en cuando, pero siempre con un reconocido y flamante domador al

lado, que dirige, controla y traduce las emociones de la bestia. La democracia representativa solo puede ser "democracia" con una plataforma mediática que silencie las luchas del pueblo, de otra manera, la cara oculta del sistema: la represión, la desigualdad, la injusticia y la pobreza quedarían al descubierto y el régimen que impone la burguesía y el imperio mostraría su verdadera naturaleza.

El reino de la globalización tiene como arma fundamental la plataforma tecnológica de las telecomunicaciones, extraordinaria fuente de acumulación de capital, herramienta que le permite al sistema llegar más rápido, más lejos y a más gente y finalmente, púlpito desde donde se puede juzgar a los vivos y a los muertos con la sacrosanta inquisición mediática. Un mundo conectado instantáneamente a la sociedad de consumo donde todo es mercancía, como dice Morin: "la economía invade todos los sectores humanos", nada es gratuito, todo se compra y se vende.

Conectados pero incomunicados

Paradójicamente esta globalización que une el planeta necesita un mundo de individuos aislados, conectados, pero incomunicados; el capitalismo ha ido construyendo, de alguna manera, una sociedad autista con su entorno, incapaz de interrelacionarse con el otro, individuos vacunados contra el germen de un "proletariado" global. El colmo es que en esta sociedad individualista, el autismo no está ligado a una especie de ensimismamiento, de mirada interior, concentración del individuo en su propia humanidad; esto nos convertiría

en una especie de monjes o de ermitaños; pero no, al contrario, este extrañamiento con respecto al otro, es también consigo mismo; es la desintegración del individuo, una especie de individualismo sin individualidad; el ser no importa, no interesa su voluntad, ni su albedrío. Interesa su capacidad de consumo, la posibilidad de condicionarlo y sobre todo de "masificarlo".

La sociedad capitalista necesita de una masa que pueda ser moldeada con facilidad, ni individuos, ni colectivos, es decir sólo se interesa por la masa manipulable. Un estado de particular esquizofrenia, donde no "somos". Si mi referente no está en mí, ni en mi entorno, entonces dónde y cuándo me realizo como sujeto y como ser social. Una masa consumidora, conectada pero no comunicada que no tiene conciencia de su propia existencia colectiva. Se masifica el aislamiento implantando universos virtuales a un mundo de sordos-ciegos que se tropiezan, se desconocen y temen el contacto. Cuál es entonces el modelo de comunicación en el capitalismo, la respuesta está en el rebaño, oímos órdenes y nos dirigimos mansamente al matadero. Una gran masa, rebaño, sin voluntad propia y sin conciencia; con el agravante, de que su pastor, el dios mercado; un dios sin principios, que usa y desprecia todo, puede llevar el rebaño al despenadero.

De tal manera, que los medios masivos de comunicación en las democracias burguesas son fundamentales e indispensables, pues logran incomunicar a las grandes mayorías; sustituyen a los sujetos de la comunicación y se convierte en el único emisor en un mundo de espectadores pasivos de la información. La inquisición mediática a través de la "opinión pública" persigue a la resistencia, no permite la diferencia y legitima y justifica la represión. Y el ruido mediático esconde el grito de los pueblos. Finalmente no existe la democracia neoliberal, burguesa, democracia representativa, sin dictadura mediática. Es la dictadura mediática el modelo comunicacional dominante.

Pero las contradicciones siguen como fantasmas recorriendo el mundo, la oferta de una

vida plena de riqueza, belleza y placeres que se adquieren rápida y fácilmente con una tarjeta de crédito y un poco de iniciativa, cada vez es menos creíble. La soledad y el aislamiento que genera este modelo comunicacional produce competencia, frustración y violencia. Las enormes desigualdades entre la realidad virtual y la realidad real hacen perder la fe en el progreso, el desarrollo y toda oferta de futuro del capitalismo; el circo ya no es suficiente. Todo el modelo entra en crisis.

¿Cómo transformar el modelo? De la resistencia cultural...

Todo ser vivo tiene la capacidad de interrelacionarse con el mundo exterior; toda sociedad, ya sea de hormigas o de elefantes se comunica para buscar la comida, para advertir el peligro, etc. la comunicación es su única posibilidad de supervivencia. Si algo nos determina como seres humanos, es nuestra capacidad de comunicarnos, de "ser" en sociedad, de convertir sentimientos y pensamientos, en palabras y signos que pueden hacerse comunes, comunicarse. Comunicación es la acción de comunicar de hacer "común" a todos lo que no es privativamente de ninguno. El elemento fundamental de la comunicación es que sus signos sean comunes, pertenezcan a todos. Hemos podido sobrevivir como especie por esa extraordinaria capacidad de comunicarnos, elemento fundamental de nuestra evolución.

El pensamiento se desarrolla en la medida en que toma forma y puede expresarse y manifestarse. Si es para destruir al "otro", no es necesario desarrollar esa capacidad de comunicación, pero es imprescindible, si queremos construir con el "otro". Si hay algo que nos determina es la capacidad de comunicarnos, de entender la existencia ligada al "nosotros". Durante años los pueblos han resistido con diversas estrategias y distintas herramientas comunicacionales: la tradición oral, el arte, la asamblea como espacio de encuentro, los murales, los graffiti, los periódicos, las pancartas, los cine clubes, los videos, los medios comunitarios, las redes de Internet, etc. La resistencia ha sido la única garantía de super-

vivencia cultural y política. Pero obviamente, la disputa por el derecho a comunicarnos la han ganado los propietarios de los medios masivos. La hegemonía comunicacional burguesa la ha determinado la posesión de los medios; sin embargo, la comunicación humana sigue resistiendo el avasallamiento mediático desde el seno del pueblo. El pueblo ha sido refugio de la comunicación verdadera, dialógica, horizontal y esencialmente humana. Esa comunicación es el espíritu que nos une como humanidad y es la garantía de que halla futuro para la vida en el planeta.

El avance de los pueblos en América Latina, nos coloca frente a una situación política donde es indispensable pasar de la resistencia a la ofensiva comunicacional. La consolidación del proceso de construcción de poder popular pasa, por lograr el protagonismo de la voz y la imagen del pueblo. No existe Democracia Participativa, Popular, Socialista sin el desarrollo de una comunicación humana, verdadera, plural, dialógica y horizontal, entre sujetos pensantes. Recuperar la comunicación humana es una tarea de todos los que creemos en una verdadera democracia; el derecho de la comunicación no puede estar en manos de minorías privilegiadas, los medios masivos no pueden estar sólo en manos de los sectores económicos privados; recuperar el espacio público, la vida como escenario de diálogo, sacándolo del fetiche mediático donde sólo somos espectadores de algo que no nos pertenece, es una condición absoluta de la democracia verdadera, la democracia socialista.

La comunicación en el marco de la democracia participativa y protagónica tiene un papel fundamental y determinante. Tiene la tarea de dar al pueblo la posibilidad de reconstruir su propia imagen, esa imagen que hasta ahora, ha sido no sólo desdibujada sino invisibilizada por los medios masivos. Aunque en la República Bolivariana de Venezuela, aun vivimos una feroz dictadura mediática, se están tejiendo las bases para el desarrollo de un proceso extraordinario de democratización de las comunicaciones. El impulso y desarrollo de los medios comunitarios, la discusión pública de una Ley de Responsabilidad Social

de Radio y Televisión que da a los usuarios y usuarias el derecho de participar activamente en la contraloría pública de los medios de comunicación, que obliga a establecer cuotas importantes en la programación de producción nacional y de producción independiente para garantizar la diversidad y la pluralidad en los medios.

...a la ofensiva comunicacional

La conquista del poder político permite pasar a la ofensiva cultural y comunicacional, revisando y transformando el marco jurídico que ha permitido que se despoje al pueblo de sus derechos. En el caso de Venezuela, en 1999 se da el proceso constituyente donde pudo participar todo el pueblo venezolano: campesinos y campesinas, indígenas, afrodescendientes, trabajadores y trabajadoras, niños y niñas, jóvenes, ancianas y ancianos, intelectuales, comunicadores alternativos y comunitarios, quienes entre muchos otros movimientos y organizaciones sociales, pudieron crear la constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Su preámbulo sintetiza el espíritu democrático y participativo que ha permitido a través de estos últimos años la organización y profundización de la participación del pueblo en la construcción de la Nueva República.

Los medios comunitarios, a través del proceso constituyente logran su reconocimiento y el Estado no sólo está obligado a habilitarlos legalmente sino que, debe garantizar que las comunidades tengan las herramientas para ejercer libremente su derecho a la comunicación.

Por otra parte, ante la evidente oportunidad de avance del poder popular reaccionan los poderosos, quienes han mantenido la hegemonía del poder y a través del control mediático sostenían la falsa democracia "representativa" y se radicalizan. Los medios privados se convierten abiertamente en verdaderos partidos políticos que auspician y apoyan el sabotaje, la disolución de los poderes, la destitución de los funcionarios electos, el odio, la intolerancia, el desconocimiento de la voluntad popular y artífices del golpe de Estado. Pero de igual manera, con base en la nueva

Constitución, y con la conciencia del poder ejercido en el tiempo por los propietarios de los medios, en las comunidades, en los hogares, en los medios comunitarios, se discute y se analiza el poder del discurso mediático y la importancia de la democratización del espectro radioeléctrico con la clara conciencia de la necesidad de luchar contra la concentración del poder en unos pocos dueños de medios en el mundo. De esta manera y como respuesta ante el descaro mediático surgen los comités de usuarios, pero además se producen fuertes manifestaciones frente a los canales televisivos comerciales, exigiendo que transmitan la verdad.

El ambiente se torna difícil sobre todo para los reporteros que representan los medios privados y para moderadores de programas de opinión que habían tomado partido al lado de los dueños de los medios que a su vez representaban al modelo político agotado decadente y que además se sentía seriamente amenazado con el avance de la conciencia, organización y poder popular. El Estado, a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, CONATEL, promueve, junto con los medios comunitarios y los comités de usuarios, la elaboración del proyecto de Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, y se inicia un interesante debate con medios comunitarios, comités de usuarios, representantes de las universidades, de la iglesia, de organismos de protección al niño y adolescentes y de protección al usuario, en fin, de todo aquel que estuviese preocupado por el enorme daño que ejercen los medios de comunicación que no están sometidos a regulaciones por parte del Estado, se realizan numerosas investigaciones con relación a experiencias de regulación de medios en el mundo y se propone la creación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión.

VIVE comunicación hacia el socialismo

Además, se creó en noviembre del 2003 la TV pública VIVE que es una propuesta de televisión educativa y cultural, innovadora y experimental que se construye con el pueblo y que junto al movimiento de medios comunitarios, es una especie de linterna mágica, fuente de

luz que nos ha permitido iluminar nuestros rostros. Los rostros y voces de nuestros campesinos y campesinas, indígenas, afrodescendientes y mestizos y mestizas; los excluidos hoy tienen un espejo donde verse, reconocerse y encontrarse.

No hay contenido revolucionario sin una forma revolucionaria, y para ello, es imprescindible un quehacer revolucionario. Hasta ahora, la estructura del canal se ha ido encaminando hacia un modelo de producción integral, donde todas las trabajadoras y trabajadores rotan y comparten roles, participando activamente de los procesos de creación y producción. Para lo cual, hemos impulsado la escuela de formación audiovisual donde la técnica está ligada a la ideología y donde el trabajo se asume como un compromiso de vida. Muchas compañeras y compañeros provienen del seno de comunidades populares, ligados a organizaciones sociales; algunos compañeros de diversas áreas dentro del canal, transporte y mantenimiento, entre otros, se han incorporado al proceso escuela y se han formado como productores integrales. A dicho proceso se han integrado, además, comunicadores comunitarios, profesionales y estudiante de distintas disciplinas.

Uno de los cambios fundamentales en el proceso de transformación socialista de la institución, es la política de regionalización de la producción y la difusión, creando nuevas sub-sedes de VIVE en el país; ya que de esta manera, se impulsa la nueva geometría del poder, dándole verdadero protagonismo a las regiones y diversificando el epicentro comunicacional. Luego de la consolidación de VIVE Zulia, estamos desarrollando actualmente VIVE Apure y VIVE Bolívar, además de que pronto se instrumentará la creación de VIVE Lara, VIVE Táchira, VIVE Anzoátegui. Se jerarquizan las regiones con poblaciones indígenas para impulsar el desarrollo de la interculturalidad y las regiones fronterizas para impulsar la integración de nuestros países. Igualmente, la defensa ambiental y cultural de las regiones desde el fortalecimiento del poder popular, es un objetivo fundamental en el impulso del proceso de regionalización de VIVE.

Transformar la realidad

Otro aspecto importante que hemos incorporado, es la creación de la consultoría social, figura que estamos tratando de hacer permanente y vinculante. Esta es una instancia de planificación y evaluación, integrada por voceros de comunidades campesinas, indígenas, obreras y afrodescendientes; así como colectivos de mujeres, jóvenes y cultores. Esta instancia impide incurrir en proceso de aislamiento institucional, siendo éste un vínculo permanente con la realidad para no olvidar el objetivo último de nuestro trabajo, servir al pueblo venezolano y a su revolución.

Esta televisión pública debe crear, a través de la imagen, relaciones que permitan transformar la realidad, ir más allá de las apariencias. Debemos servirnos de ella para ver, para despertar nuestra conciencia. Es una especie de microscopio social, que permite ver la sociedad para transformarla. Es necesario contraponer realidades para provocar la reflexión. Un contenido revolucionario debe tener una forma revolucionaria. Por ello debe ser una nueva televisión. Al igual que en un proceso de educación para la libertad, una comunicación libertaria debe surgir de una praxis creadora que desarrolle nuevas teorías de la comunicación.

Para este momento, septiembre del 2007, seguimos ganando terreno en materia de participación y en materia de comunicación. Nos encontramos debatiendo en una intensa y hermosa jornada de discusión del Anteproyecto para la Primera Reforma Constitucional, propuesta del Presidente Hugo Chávez, que nos permitirá profundizar en nuestro modelo político orientado hacia el Socialismo del Siglo XXI y en materia de comunicación, el Estado pudo recuperar, luego del vencimiento de su concesión, una de las señales que estaba en manos del grupo económico que más violentó la legislación venezolana a lo largo de los últi-

mos 50 años, y se creó un nuevo de canal de servicio público, dedicado a la recreación y al impulso de la producción nacional independiente.

El triunfo de gobiernos que proclaman la participación protagónica del pueblo en la construcción del poder nos coloca ante un nuevo escenario comunicacional.

El nuevo paradigma

El concepto de comunicación en el socialismo, tiene que rescatar la esencia de la comunicación, que es el encuentro con el otro, es la búsqueda del nosotros. La comunicación socialista, no aísla, integra; no avasalla, escucha; no promueve el odio, el miedo y la competencia; sino el amor, la confianza y la solidaridad. La comunicación socialista es dialógica, horizontal, inclusiva, popular; es una comunicación de sujetos activos, concientes y libres. Donde los medios están al servicio del pueblo y no del capital; y son instrumentos que permiten la comunicación pero que no suplantán a los sujetos que se comunican. La comunicación socialista es liberadora, promueve el encuentro y el reconocimiento del otro, promueve la identidad y la comprensión de las diferencias; devela, descubre; y posibilita la creación y la trascendencia. La comunicación en la sociedad socialista debe estar asociada a la vida en comunidad y en armonía con la naturaleza; la comunicación socialista nos hace parte del todo, corresponsales protagonistas conectados con nuestra historia, integrados al presente y forjadores del futuro. Recuperar la comunicación humana, la que permitió desarrollar la palabra, la que enseñó a sembrar, la que hizo verdad los sueños; es construir el Socialismo. ☞

Blanca Eekhout, periodista, es presidenta de Vive-TV de Venezuela.

Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación

Raúl Zibechi

La comunicación ha sido y sigue siendo la forma como los oprimidos coordinan y articulan sus comportamientos, ya sea para resistir a los opresores o para desafiar la dominación. El carácter de los movimientos sociales -movimientos institucionales o de sociedades en movimiento- determina el tipo de comunicación que establecen, pero la existencia de espacios de intercomunicación fuera del control de las élites (Scott, 2000), ha sido y sigue siendo una de las claves del nacimiento y la expansión de la actividad colectiva.

En los albores del movimiento obrero, los trabajadores aprendían los rudimentos de la lectura y la escritura, individualmente o en grupo, para poder formarse una opinión propia sobre la vida. Los espacios de información de los trabajadores eran en general los mismos que los de su formación, y ambas estaban firmemente ancladas en la experiencia de la vida cotidiana. De modo que en la Inglaterra de comienzos del siglo XIX, el historiador del primer movimiento obrero podía afirmar que "la lucha por la libertad de prensa ejerció una influencia formativa central en el movimiento que se estaba configurando"¹. En esos espacios de socialización segregados y diferenciados, florecía y se reproducía una cultura plebeya, o cultura obrera, que durante largo tiempo se mostró irreductible a la ambición de las clases dominantes por domesticarla².

Otros enfoques anclados en la sociología de los movimientos sociales, coinciden en atribuir a la comunicación un papel destacado tanto en el nacimiento como en la rápida difusión de los movimientos modernos. Con ellos, la información comenzó a circular horizontalmente en vez de "emanar autoritariamente

desde las alturas"³, contribuyendo a crear vínculos en forma de redes no unificadas que hacen posible la acción colectiva. La expansión de la prensa popular y la difusión de la alfabetización, hicieron posible el nacimiento de la política popular, ya que "sin la capacidad de leer, los insurgentes en potencia habrían tenido dificultades para mantenerse al corriente de las acciones de otros con reivindicaciones similares, excepto por la transmisión verbal de las noticias"⁴.

Por otro lado, los grupos subordinados sólo pueden preparar su rebelión en espacios seguros fuera del control de los poderosos. Sin la existencia de esos espacios, sería impensable siquiera la resistencia organizada a la dominación. Se trata de espacios de socialización en los que los oprimidos "ensayan" los discursos y actitudes que un día se atreverán a exteriorizar en el escenario público. Las luchas de los oprimidos requieren, entonces, "una coordinación y comunicación tácita o explícita dentro del grupo subordinado", que sólo se consigue a través de la creación de "espacios sociales que el control y la vigilancia de sus superiores no puedan penetrar"⁵.

En esos espacios donde la información circula horizontalmente, se forman los futuros com-

- 1 Thompson, E. P. (1989:333) La formación de la clase obrera en Inglaterra. Tomo II, Barcelona: Crítica.
- 2 Jones, Gareth Stedman (1989) Lenguajes de clase. Madrid: Siglo XXI.
- 3 Tarrow, Sidney (1997: 103) El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza.
- 4 Idem; 98
- 5 Scott, James (2000: 147) Los dominados y el arte de la resistencia. México: ERA.

batientes sociales, se tejen redes de relaciones cara a cara en base a la fraternidad y la confianza mutua; en una palabra, se trasmite la cultura popular o la del grupo subordinado. Las elites sienten que esos espacios son un peligro permanente para la estabilidad del régimen de dominación. En base a varios trabajos acerca de la cultura obrera en la Inglaterra del siglo XIX, Scott afirma que "más de un estudioso de la clase obrera moderna ha indicado que muchos de los circuitos de la cultura popular fueron destruidos deliberadamente a fines del siglo XIX con siniestras consecuencias en el proyecto de disciplinar y domesticar culturalmente al proletariado"⁶.

Así como la clase empresarial comprendió que debía cerrar los "poros" de la sociabilidad obrera dentro de la fábrica, para asegurar un mayor control de la fuerza de trabajo que redundara en un aumento de la productividad, dando vida al taylorismo y al fordismo, también parece haber comprendido la necesidad de controlar los espacios de los subordinados allí donde desarrollan su vida cotidiana. Acceder a esos espacios y dismantelarlos, supone impedir que los de abajo puedan coordinar sus comportamientos en un sentido de resistencia e insubordinación.

Sociedades en movimiento

Buena parte de la movilización social desplegada por las sociedades latinoamericanas en las dos últimas décadas, supone un desafío a las teorías establecidas sobre los movimientos sociales ya que se gestó y desplegó por fuera de los movimientos institucionalizados. El concepto mismo de "movimiento social" parece poco ajustado a la hora de comprender lo que las sociedades vienen produciendo desde el *Caracazo* de 1989. El carácter de la movilización social en curso está provocando una verdadera revolución teórica, que en la última década se plasmó en la centralidad adquirida por expresiones como autodeterminación autónoma, autogobierno y territorio, entre otras⁷.

El concepto "tradicional" de movimiento social parece un obstáculo para afinar la comprensión de los actuales movimientos y, en consecuencia, el papel de la comunicación. En

efecto, la mayor parte de los estudiosos suelen coincidir en destacar tres aspectos: las oportunidades políticas, las formas de organización y los procesos colectivos de interpretación⁸. En suma, se suele enfatizar en los aspectos formales, desde las formas organizativas hasta los ciclos de movilización, desde la identidad hasta los marcos culturales. Y así se suele clasificar según los objetivos que persiguen, la pertenencia estructural de sus integrantes, las características de la movilización, el momento y los motivos por los cuales irrumpen. Aunque existe una abundante producción académica, hay muy poco trabajo sobre el terreno latinoamericano sobre bases propias y, por lo tanto, diferentes.

Uno de los más completos y abarcativos análisis sobre los movimientos sociales bolivianos, coordinado por Álvaro García Linera, considera que los movimientos tienen, todos ellos, más allá de tiempos y lugares, tres componentes: una estructura de movilización o sistema de toma de decisiones, una identidad colectiva o registros culturales, y repertorios de movilización o métodos de lucha⁹. Sin embargo, con ese marco analítico apenas se pueden abordar algunos pocos movimientos o bien apenas la parte más estructurada de ellos: los movimientos institucionalizados, los que tienen una estructura visible y separada de la cotidianidad, los que eligen dirigentes y se dotan de un programa definido y en función de sus objetivos establecen formas de acción, son los que suelen ser analizados por los especialistas.

Pero los movimientos más importantes de América Latina movilizan un conjunto de relaciones sociales, a menudo territorializadas, que coexisten con las relaciones hegemónicas. Para describirlos algunos analistas acuñaron el concepto de "movimiento societal",

6 Idem; 156.

7 Díaz-Polanco, Héctor (1997) *La rebelión zapatista y la autonomía*. México: Siglo XXI.

8 McAdam, Doug, John McCarthy y Mayer Zald (1999) *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Madrid: Istmo.

9 García Linera, Alvaro (2004) *Sociología de los movimientos sociales en Bolivia*. La Paz: Diakonía/Oxfam

como forma de dar cuenta del "movimiento de una parte de la sociedad en el seno de la otra"¹⁰. Este análisis parte de la realidad de la existencia de "varias sociedades" en la sociedad, o sea, por lo menos de dos conjuntos de relaciones sociales mínimamente articuladas. En otros trabajos he defendido una propuesta similar al concebir este tipo de movimientos sociales como "sociedades en movimiento"¹¹.

El aspecto central de este debate, es si efectivamente existe un sistema de relaciones sociales que se expresan o condensan en un territorio. Eso supone ingresar al análisis de los movimientos desde otro lugar: no ya las formas de organización y los repertorios de la movilización sino las relaciones sociales y los territorios, o sea los flujos y las circulaciones y no las estructuras. En este tipo de análisis aparecerán nuevos conceptos como autonomía, autoorganización y comunidad, entre los más destacados.

Los movimientos latinoamericanos más importantes, como los indígenas, los sin tierra, y crecientemente los urbanos, pertenecen a esta categoría de movimientos territorializados. Pero los territorios están vinculados a sujetos que los instituyen, los marcan, los señalan sobre la base de las relaciones sociales que portan¹². Postulo que en la medida que los sujetos encarnan relaciones sociales diferentes, contradictorias con la sociedad hegemónica, es que tienen la necesidad de crear nuevas territorialidades.

Priorizar el movimiento por sobre la estructura, o sea el deslizamiento del lugar heredado o construido anteriormente, implica una mirada diferente de la comunicación. Dicho de otro modo, si "el movimiento social es, rigurosamente, cambio de lugar social"¹³, eso supone que, en algún momento, los que se desplazan lo hacen acoplando sus comportamientos, única forma en que pueden hacerlo conjuntamente sin reproducir el lugar del que se deslizan. O sea, sin reconstruir la relación sujeto-objeto.

En efecto, las concepciones dominantes sobre la comunicación, las que se han popularizado a través de los medios de comunicación de

masas, abrevan en la separación entre sujeto (emisor de información) y objeto (receptor de información). Maturana y Varela la denominan como "metáfora del tubo", ya que concibe la comunicación como "algo que se genera en un punto, se lleva por un conducto (o tubo) y se entrega al otro extremo receptor"¹⁴. Por el contrario, defienden una concepción de la comunicación en la que no funciona la relación sujeto-objeto, o sea activo-pasivo, sino una pluralidad de sujetos siempre activos o, mejor, inter-activos. En la comunicación, apuntan, no hay información transmitida sino coordinación de conductas.

Esta forma de inter-comunicación que se basa en el acoplamiento o coordinación de conductas, es lo que permite explicar fenómenos sociales de envergadura como el Caracazo (1989), el Argentinazo (2001) o la movilización popular que revirtió el golpe de Estado en Venezuela (2002), por mencionar algunos hechos destacados de las últimas décadas en nuestro continente. En esos casos no hubo un "sujeto" convocante ni una "masa" popular convocada, como suele suceder con las clásicas convocatorias de los movimientos institucionalizados como los sindicales. Existió una multiplicidad de autoconvocatorias simultáneas a través de canales de comunicación no institucionalizados sino informales, horizontales y circulares.

En la cotidianeidad de los movimientos sociales de nuestra región, sucede algo similar aunque a escalas menores. Podemos preguntarnos las razones por las cuales ciertas "convo-

10 Tapia, Luis (2002: 61) "Movimientos sociales, movimiento societal y los no lugares de la política", en Raquel Gutiérrez, Alvaro García, Raul Prada y Luis Tapia; Democratizaciones plebeyas. Muela del Diablo: La Paz.

11 Zibechi, Raúl (2003) Genealogía de la revuelta. Argentina: una sociedad en movimiento. La Plata: Letra Libre.

12 Porto Gonçalves, Carlos Walter (2001) Geo-grafías. Movimientos sociales, nuevas territorialidades y sustentabilidad. México: Siglo XXI.

13 Porto, 2001: 197-198

14 Maturana, Humberto y Francisco Varela (1996: 169) El árbol del conocimiento. Madrid: Debate.

catorias" son seguidas masivamente en algunas ocasiones, mientras en otras la misma convocatoria apenas es respaldada por un puñado de activistas. En las grandes movilizaciones realizadas por nuestros movimientos, aún en aquellos casos en los que ha mediado alguna "convocatoria", sólo se multiplica si existe alguna forma de acoplamiento o coordinación de conductas, ese contagio afectivo que apasiona y lleva a la gente a ganar la calle por cientos de miles. Algo así sucedió con la Marcha Nacional por la Reforma Agraria convocada por el Movimiento Sin Tierra en Brasil (1997), y con la Marcha del Color de la Tierra convocada por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional en México (2001).

Planes sociales para neutralizar la comunicación popular

En los últimos años se vienen perfeccionando los proyectos estatales para neutralizar los espacios autónomos de los sectores populares, bajo la forma de planes para combatir la pobreza. Estos proyectos ideados por organismos internacionales como el Banco Mundial, con el objetivo inicial de paliar los efectos sociales del modelo neoliberal, han sido retomados por los gobiernos latinoamericanos - muy en particular por los gobiernos llamados "progresistas" y de "izquierda"- que los han extendido y profundizado.

Algunos de estos planes sociales, como el Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros de Ecuador (Prodepine) han conseguido subordinar a sectores importantes de los movimientos¹⁵; otros como el Plan de Emergencia de Uruguay lograron penetrar en profundidad en los territorios de la pobreza urbana¹⁶. Estos planes, que en el caso de Brasil abarcan hasta el 25% de la población del país y por lo tanto no pueden ser considerados como parte de las políticas focalizadas, son una de las vigas maestras más potentes sobre las que se apoyan las nuevas gobernabilidades.

Entiendo por "nuevas gobernabilidades" el punto de intersección entre los movimientos y los estados, a partir del cual han ido naciendo las nuevas formas de dirigir estados y pobla-

ciones. Más que punto o puntos de encuentro, quiero dar la idea de algo móvil y en construcción re-construcción permanentes. O sea, que las nuevas gobernabilidades no son ni una construcción unilateral ni un lugar fijo, sino una construcción colectiva y en movimiento, que se asienta en nuevas técnicas de control que buscan enfrentar el desafío que presentan a las elites las sociedades en movimiento.

En el lugar de los modos de control disciplinarios aparecen formas denominadas "biopolíticas" que se apoyan en los fenómenos existentes, no intentan impedirlos, sino, al contrario, "ponen en juego otros elementos de lo real, a fin de que el fenómeno, en cierto modo, se anulara a sí mismo"¹⁷. En vez de reprimir y prohibir, se trata de regular la realidad haciendo que unos elementos actúen sobre los otros, anulándolos. Este tipo de control es tanto más necesario cuando los oprimidos desbordan las formas disciplinarias, cuando lo que se mueve no son ya sectores sociales sino porciones enteras de sociedades, que no son ni controlables ni eliminables por la represión. ¿Cómo imponerle leyes imperativas, negativas, a esas sociedades otras, capaces de desbaratar y neutralizar golpes de Estado, estados de excepción y las formas tradicionales de represión? La única forma sería a través del genocidio, el etnocidio; cuestión que no siempre es practicable y que requiere una relación de fuerzas muy favorable para las elites.

De lo que se trata, entonces, es de generar la capacidad de gobernar grandes poblaciones, para lo que deben aplicarse formas de control a distancia, más sutiles, formas de acción menos transparentes que las del soberano para dar paso una acción "calculadora, meditada, analítica, calculada"¹⁸. Para conseguirlo, las clases dominantes deben actuar en

- 15 Bretón, Víctor (2001) Cooperación al desarrollo y demandas étnicas en los Andes ecuatorianos. Quito: Flacso.
- 16 Zibechi, Raúl (2007) Autonomías y emancipaciones. América Latina en movimiento. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- 17 Foucault, Michel (2006: 79) Seguridad, territorio, población. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

relación de inmanencia respecto de los movimientos que intentan controlar o, mejor, reconducirlos hacia modos que beneficien a los grupos dominantes. Si para el soberano se trataba de evitar que sus súbditos se movilizaran, ya que el hecho mismo de hacerlo ponía en cuestión su condición, ahora el arte de gobernar incluye, como una más de sus técnicas, la movilización social callejera. A la movilización no se apela, como antaño, para apoyar a gobiernos populares jaqueados por las oligarquías -como sucedió en múltiples ocasiones a lo largo del siglo XX- sino para impulsar "causas justas", como los derechos humanos en Argentina o contra la violencia doméstica en Uruguay.

Estas son, entre otras, algunas de las diferencias entre las viejas y las nuevas gobernabilidades que más confunden a los activistas sociales, ya que introducen dosis de ambigüedad que persiguen esa deseada anulación de los fenómenos por los fenómenos mismos. ¿Quién mejor para actuar en relación de interioridad respecto a los oprimidos, que los gobiernos surgidos de las entrañas de los movimientos de los de abajo, ya que están en mejores condiciones para aplicar tácticas complejas que representan un verdadero arte de gobernar? ¿Quién mejor para aplicar estas tácticas que un tipo de personal forjado en la militancia, con experiencia en la relación con los movimientos de los oprimidos?

Los "nuevos" gobiernos que dirigen Luiz Inacio Lula da Silva, Néstor Kirchner y Tabaré Vázquez, por poner los ejemplos más obvios pero no los únicos, son hijos del arte de gobernar. Nuevos, porque ya no estamos ante los estados benefactores o ante los estados neoliberales prescindentes, sino ante algo inédito, que sobre la base de la fragilidad heredada del modelo neoliberal busca desarrollar nuevas artes para mantenerlos en pie, dotarlos de mayor legitimidad y asegurar así su supervivencia siempre amenazada. Uno de los ejes en torno a los que gira este arte de gobernar, se relaciona con el trabajo destinado a ir "desarrollando el Estado en el seno de esa práctica consciente de los hombres"¹⁹. Interferir en las formas de inter-comunicación popular forma parte de esta estrategia desti-

nada a fortalecer la gobernabilidad. En el área andina, una de las más estudiadas y donde la penetración de la "cooperación al desarrollo" ha sido más intensa, se ha constatado a raíz del ingreso de ONGs que promueven la creación de Organizaciones de Segundo Grado, "la sustitución simultánea de una dirigencia muy militante, combativa e identificada con un perfil político reivindicativo", por otra "de carácter mucho más tecnocrático"²⁰. La cuestión no es menor si consideramos que la coordinación de conductas que es una de las claves de la inter-comunicación, en las comunidades andinas se referencia en el papel destacado de los dirigentes como nodos clave del proceso de comunicación interna. Gracias a la intervención de la cooperación internacional aparecen "cacicazgos de nuevo cuño" que sustituyen a las anteriores dirigencias.

Resulta evidente que esta nueva camada de dirigentes nacidos al abrigo de la cooperación, en algún momento entra en colisión con las autoridades tradicionales de las comunidades. No se trata de que los recursos externos sean negativos en sí mismos. No se trata de rechazar el que existan personas y organizaciones especializadas en captar y gestionar esos recursos que pueden ser de utilidad para los movimientos. El punto en cuestión es que con el pretexto del "fortalecimiento organizativo" esas personas, externas o parte de los movimientos, se han terminado por superponer al funcionamiento habitual de las comunidades y de los movimientos. Y, finalmente, una camada de funcionarios, externos o parte de los movimientos, se han impuesto por encima de los dirigentes legítimos.

En segundo lugar, en la medida que las organizaciones sociales comienzan a pivotar "hacia fuera" en su necesidad de captar recursos y proyectos, se desvanecen sus relaciones al interior del mundo popular como sustento de la inter-comunicación. Aparecen, así, medios de comunicación que siendo externos a los movimientos se presentan como parte de ellos. En este aspecto, señalo lo mismo que respecto

18 Idem; 95

19 Idem; 290

20 Bretón, 2001: 247

a los recursos materiales: es necesario y positivo que existan medios que apoyen a los movimientos, pero es negativo que algunos pretendan erigirse en sus portavoces, sustituyendo el largo, lento e interno proceso de coordinación de posiciones por los que todo movimiento debe atravesar en función de tiempos propios y no sujetos a agendas externas.

Comunicación para la autonomía

La comunicación no puede ser un mundo aparte: está implicada en las coyunturas que atraviesan nuestros pueblos y depende en gran medida de las políticas de los estados nacionales, que en este período se han propuesto cooptar los movimientos y las sociedades en movimiento, desplegando estrategias que pretenden poner en práctica lo que he denominado como el "arte de gobernar los movimientos". La construcción conjunta, anudando estado y movimientos a través de una práctica estable y permanente, ha permitido construir conjuntamente nuevas realidades que denominamos gobiernos progresistas y de izquierda.

Salvaguardar la autonomía de los movimientos es una condición para que pueda existir y expandirse una comunicación autónoma, por canales y espacios propios no subordinados a los estados, por más cercanos que sean a los movimientos. Lo realmente novedoso es que la cooptación se está procesando ahora ya no de modo individual sino apelando a los mismos instrumentos que los sectores populares emplean para cuestionar la dominación, a través del "fortalecimiento" de las organizaciones sociales.

Por eso los medios de comunicación de muchos movimientos se empeñan en mantener una agenda propia y no sumarse a la de las elites. Sin embargo, en este período no resulta sencillo discriminar la agenda de arriba de la de abajo, sobre todo cuando la primera aparece revestida de movilizaciones de masas. Más aún, a primera vista puede resultar complicado diferenciar entre movimientos y movilizaciones, como sucedió recientemente en México a raíz de las grandes manifestaciones contra el fraude electoral contra el

candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador. Las diferentes interpretaciones sobre este proceso llevaron a un virulento enfrentamiento entre la izquierda política aglutinada en torno al PRD y el zapatismo. La diferencia y contradicción entre estas dos izquierdas es una realidad en buena parte de los países latinoamericanos, y está llamada a tener una fuerte impronta en la comunicación popular.

Por último, parece necesario reflexionar sobre la relación entre unidad y multiplicidad en el campo de la comunicación popular. Me parece necesario dar prioridad a la diversidad, heterogeneidad y variedad de expresiones comunicativas descentralizadas que a menudo suelen ser sacrificadas en el altar de la masividad. No puede existir un medio de comunicar que desplace a otros, todas las formas son necesarias (oral, escrita y audiovisual; formal e informal; de base, local y nacional e internacional) y todas pueden potenciarse mutuamente. En la realidad de la inter-comunicación de los de abajo, coexisten multiplicidad de modos y medios de comunicar. Por el contrario, el mercado capitalista ha monopolizado y jerarquizado los medios, ha convertido la multiplicidad en unidad y la heterogeneidad en homogeneidad.

La unidad es uno de los modos que puede adoptar la política de las élites en el mundo de los de abajo. Aún tienen fuerza las ideas que sostienen que la unidad del campo popular puede ser útil para potenciarlo. Pero en la historia, los de abajo no han necesitado estructuras unitarias -que siempre son centralizadas- para rebelarse. La unidad la consiguen de otra manera: en los hechos insurreccionales, en los modos de rebelarse, en el poner en común las horizontalidades. Las grandes rebeliones nunca provinieron de aparatos o estructuras, que suelen tener intereses propios que no están dispuestos a poner en riesgo.

Va ganando terreno la idea de que la unidad puede ser una imposición, una forma de frenar los movimientos del abajo. Según el sociólogo brasileño Francisco de Oliveira, "sostener la falsa unidad encima de todo,

solamente sirve para dejar los flancos abiertos a las fuerzas contrarias a la transformación social. Así, en ciertas coyunturas, la consigna puede ser 'dividir para luchar mejor'²¹. En suma, el objetivo de la política plebeya no suele girar en torno a la unidad. En las culturas del abajo la unidad no es moneda corriente, como sí lo es en las políticas que tienen por objetivo la toma del poder estatal. Ellas desarrollan estado en el abajo, que siempre es una buena forma de ganar visibilidad, permanencia y, casi siempre, se convierte en un buen gancho para la cooptación. Hoy, una de las tareas más importantes es seguir potenciando las diversas formas de hacer política de los de abajo, sus espacios, sus tiempos, sus modos de hacer. Para ello, la unidad es una de las principales barreras. Por el contrario, lo que se denomina "fragmentación", que suele ser una apreciación afincada en una mirada desde arriba, puede ser una forma de evitar la cooptación que, como hemos visto, es uno de los objetivos trazados por las elites.

Comunicación en movimiento

La existencia de medios masivos de carácter nacional sustentados en tecnologías de punta, no debería ser excusa para desplazar, pongamos como ejemplo, la pequeña radio comunitaria en un remoto municipio. En pocos países como en Bolivia los medios populares han jugado un papel tan destacado en relación con los movimientos sociales. La insurrección de El Alto, en octubre de 2003, mostró la existencia de una amplísima variedad de medios: desde internet y emisoras de televisión como el sistema de Radio Televisión Popular, hasta la impresionante Cadena ERBOL (Educación Radiofónica de Bolivia) que llega a todo el país y enlaza desde las capitales departamentales hasta las comunidades rurales. En la historia de Bolivia, las radios han jugado un papel destacado en la organización del movimiento social. En ellas se involucran comunidades enteras, a través de "reporteros populares" y periodistas comunitarios pero también mediante la participación directa de la población.

Durante las semanas en que se preparaban las grandes acciones insurreccionales, las comunidades aymaras rurales y urbanas se apropia-

ron de las radios y las usaron como medio para intercambiar mensajes entre los comuneros que vivían en El Alto y los que permanecieron en las áreas rurales. Más que mensajes, transmitían estados de ánimo, emociones, vivencias que de ese modo se reproducían en sitios muy alejados. Las radios bolivianas jugaron un papel decisivo en la coordinación de conductas que fermentó una de las más profundas rebeliones en la historia aymara²².

Junto a estos medios de comunicación formales se hicieron visibles una multiplicidad de modos de inter-comunicación entre los de abajo. A la hora de convocar asambleas o de alertar sobre la represión, sonaban silbatos y pitos, se daban golpes a los postes de luz, se hacían reventar petardos y se izaban whiplas²³. La población acudía entonces a plazas o iglesias, según el carácter de la situación, que eran los espacios en los que se tomaban decisiones colectivas.

Ya se tratara de los medios formales o los informales, la población se comunicaba a través de los mismos medios que está acostumbrada a utilizar en sus barrios o lugares de trabajo. Ninguno de esos medios está separado de la vida cotidiana; unos no desplazan a los otros ni se registró un proceso de centralización en los medios más potentes o de mayor alcance. Por el contrario, predominó la complementariedad, uno de los rasgos más destacados de la cultura andina. En los barrios, por poner un ejemplo, los silbatos y los golpes en los postes son la forma habitual como la población se inter-comunica la presencia de ladrones y violadores. En esos casos, es muy común que vecinas y vecinos se reúnan inmediatamente en la calle o en alguna plaza para vigilar el barrio. Las radios populares, otro ejemplo, comenzaron a emitir en cadena los días de la insurrección, y de esa forma contri-

- 21 De Oliveira, Francisco (2006) "Voto condicional em Luiz Inácio". *Diario Folha de Sao Paulo*, 30 de octubre.
- 22 Zibechi, Raúl (2006: 94-99) *Dispersar el poder. Los movimientos como poderes antiestatales*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- 23 Mamani, Pablo (2004) *Microgobiernos barriales*. El Alto: Cades-Idis-Umsa.

buyeron a movilizar a la población a la hora de atender heridos y de resistir los embates de las fuerzas armadas. El auditorio de Radio San Gabriel, en El Alto, fue escenario de una prolongada huelga de hambre de autoridades aymaras y fue uno de los principales nodos de inter-comunicación de la población. Pero ese mismo auditorio ha sido escenario en las últimas décadas de cientos de actividades y es por tanto un espacio conocido y valorado por la mayor parte de la población alteña.

Pienso que la multiplicidad de medios existentes en la sociedad en movimiento de un país como Bolivia, contribuyó de modo notable a potenciarla. Algunos medios como los informales han nacido y crecido en la "sociedad otra", india y popular. Otros, como la televisión y la radio, han sido adoptados por esta sociedad diferente y los ha puesto a su servicio. En la vida cotidiana fortalecen su cultura, su visión del mundo, sus formas de vida. A ellos acuden cuando quieren escuchar "su" música o cuando sucede algún hecho extraordinario. En ciertos momentos, los mismos medios sirvieron para defender el mundo otro, para la resistencia o la insurrección. En ambos casos comunican: contribuyen al acoplamiento o coordinación de comportamientos en la sociedad otra en movimiento.

Me parece importante destacar que la "sociedad otra" cuenta, desde hace ya cierto tiempo, con sus propios medios de comunicación y que ha dejado de utilizar los de la sociedad

dominante. En el mundo andino esto viene sucediendo desde hace unos 20 años. Entre los movimientos campesinos como los sin tierra de Brasil, la utilización de medios propios es una tendencia creciente, ya que no pueden confiar en los medios de las clases dominantes ni en los partidos políticos. En las periferias urbanas de muchas ciudades proliferan también medios de los sectores populares, sobre todo radios comunitarias y periódicos barriales, pero también se han ido estableciendo, en el imaginario popular, espacios de encuentro como plazas o centros sociales.

Por último, quisiera señalar que la Otra Campaña ha sido hasta ahora la propuesta más explícita para crear otras formas de hacer política, por fuera de las instituciones. Uno de los ejes de la propuesta zapatista consiste precisamente en crear espacios de inter-comunicación entre los de abajo. Hasta ahora, esos espacios tuvieron un desarrollo importante en las regiones indígenas de Chiapas, pero nunca se había registrado el desafío de intentar crearlos en las grandes ciudades. El éxito de esta campaña puede ser un aliento para los sectores populares urbanos que hasta ahora han tenido enormes dificultades para poner en pie formas diferentes de vida y, por lo tanto, modos distintos a los hegemónicos de hacer política. <

Raúl Zibechi, es analista de movimientos sociales y columnista del *Semanario Brecha* de Uruguay.

¿Qué es una prensa...

Viene de la página 7

Alternativa Bolivariana para las Américas es por aquellos países donde, de alguna manera, el neoliberalismo no logró enraizarse tanto, como son los casos de Venezuela, de Ecuador, de Bolivia. En este último país, por ejemplo, a pesar de haber tenido gobiernos neoliberales, la mayoría de su población no fue penetrada, mantuvo su forma de sociabilidad indígena, aún cuando emigró a la ciudad de El Alto mantuvo su forma de convivencia, de

sociabilidad originaria. Esto permitió reconstituir sus valores, su identidad, y lograr construir un partido y ser hegemónicos hoy día en un proceso duro, de disputa, pero un proceso en que tiene perspectiva de batalla hegemónica.

Revertir la hegemonía neoliberal es un eje determinante de la lucha por el posneoliberalismo en América Latina hoy día y en esa lucha tiene un rol central la construcción de una prensa pública. <

La pedagogía popular de la comunicación

Claudia Korol

Tanto en los procesos de resistencias populares al neoliberalismo, como en las nuevas alternativas que se van generando al mismo, los movimientos sociales han ido creando herramientas, códigos, símbolos, lenguajes, señales, en los que subyace una pedagogía popular que concibe a la comunicación como un momento fundante de la praxis transformadora.

Es una pedagogía que hace de la comunicación interpersonal en los movimientos, entre los movimientos populares, y de estos con el resto de la sociedad, dimensiones concretas que requieren ser trabajadas como parte de la batalla cultural contrahegemónica. Una pedagogía que intenta crear lazos firmes entre lo que dice y lo que hace, entre lo que muestra y lo que es, entre teorías y prácticas, entre información y formación.

Las palabras, en la pedagogía auténticamente popular, tienen la densidad de los actos. "Pedagogía del ejemplo", llaman los Sin Tierra del Brasil, a esta manera de comunicar con el testimonio de vida; con representaciones de gestos que existen, que son, o metáforas de un mundo deseado, por el que se está dispuesto a luchar de cara al futuro, mientras se van realizando ensayos en los proyectos cotidianos. Son palabras que señalan, que advierten, que pelean sentidos, que atraviesan históricas incomprensiones.

Es la comunicación que se encarna en prácticas sociales colectivas, comunitarias, que visibilizan lo ocultado, que develan las muchas miradas del mundo producidas simultánea-

mente desde distintas experiencias, sin privilegiar unas sobre otras, sino haciendo de las diferencias el punto de partida para posibles encuentros.

La incomunicación como estrategia de la dominación

En los años 80, como consecuencia de varios factores, entre ellos el impacto de las dictaduras que se extendieron en gran parte de América Latina, la brusca interrupción de la "vía chilena al socialismo" como consecuencia del golpe de estado avalado por los EE.UU., la no concreción de algunos proyectos revolucionarios en curso en Centro América, la caída del Muro de Berlín y la frustración de la experiencia del Este Europeo, la expansión del ideario neoliberal contenido en el Consenso de Washington, la contrarrevolución conservadora de Reagan y Thatcher, se creó un imaginario de derrota de las revoluciones, de clausura de las utopías, de triunfo de una cultura de mercado, en donde las ideas, los valores, los sueños, los sentimientos y los cuerpos, podían ser comprados y vendidos, de acuerdo a los parámetros de un sistema en el que todo, desde el agua, hasta la tierra y la vida se pretenden mercantilizar.

Sobre este escenario subjetivo, se expandieron las nociones predicadas por la postmodernidad, que devaluaron los proyectos políticos revolucionarios, las pasiones que ellos encarnaban, las prácticas sociales colectivas, los sentimientos que se creían trascendentes; subsumiendo a la cultura en la modorra del fragmento, a la política en el objetivo del

corto plazo pragmático y del "vale todo", despreciando las ideologías y las prácticas reales o simbólicas anticapitalistas, volviendo todo descartable y efímero.

En un tiempo en el que los avances tecnológicos permiten globalizar el conocimiento de lo que sucede en el mundo, así como de lo que se estudia y se dice sobre esto; se produjo sin embargo un doble efecto: conviven y van conformando la subjetividad de esta época, la saturación informativa y la incomunicación alienante.

Las distancias creadas por la política hegemónica, entre las imágenes y dichos que saturan los medios de comunicación de masas -construyendo una percepción del mundo funcional a la dominación-; y el ancho campo de las resistencias, los dolores y las esperanzas populares, llevan al desencuentro de las palabras con sus significados, de las imágenes que consumimos con las representaciones de nuestros actos. Esto provoca una fuerte enajenación de los sujetos.

Nos volvemos espectadores/as de una historia en la que nuestra actuación queda invisibilizada. El protagonismo de los cuerpos en las acciones colectivas se metamorfosea en representaciones distorsionadas, ahistóricas, como un collage de "situaciones" emergentes disociadas de proyectos, de raíces y de posibles frutos. La dificultad para inscribir las imágenes espasmódicas en procesos, aumenta la confusión y la sensación de malestar. La creencia sobre la realización o frustración personal y de los proyectos se mide en el instante.

La comunicación en formato "zapping" agudiza la ruptura de la comprensión de las relaciones causa-efecto, y en consecuencia, del rol de los sujetos colectivos en la historia. Se abre así el espacio para interpretaciones mesiánicas, para los fundamentalismos, para la exacerbación de los individualismos; y también para la brusca frustración de cada una de las creencias en los fetiches sucesivos creados por el mercado.

La sociedad de consumo tiene como parte inherente de su propia existencia, la generación de mensajes y estímulos que producen necesidades y ansiedades, funcionales para legitimar la reproducción ampliada del capital. La producción de mercancías, que pese al avance tecnológico tienen un valor de uso cada vez más efímero, requiere para continuar su ciclo, de una demanda exasperada.

Los mensajes y estímulos que consumimos, tienen más densidad e impacto que las noticias. La cultura consumista encuentra su contracara en la perversión de las ideas, representaciones y sentimientos que nos consumen, sobre lo que es necesario "tener" para ser, para existir en este tiempo.

Los medios de comunicación de masas son los principales productores de estas informaciones alienantes, estimulando una manera de estar en el mundo atravesada por la imposibilidad de satisfacer las necesidades creadas por la sociedad de consumo, y por la angustia permanente frente a ello. A lo que se agrega la incapacidad de reaccionar frente a los hechos que se suceden vertiginosamente en las pantallas de las TVs; o en los informativos de los diarios y radios, que pueden dar cuenta simultáneamente de las políticas de destrucción de la naturaleza, de las guerras e invasiones que se multiplican en nuestras narices, o de la imposibilidad de vivir sin consumir un refresco o de progresar sin un celular de última generación.

La incomunicación es parte de la vida cotidiana actual, de las estrategias del poder para acentuar el individualismo, la fragmentación, el escepticismo, la depresión, y la desesperanza. Seres humanos aislados, desencontrados con sus pares y consigo mismos, se van sintiendo cada vez más perplejos frente al mundo.

Esta generalizada sensación de dificultad para la comprensión del mundo, se acentúa de acuerdo a las culturas, las generaciones, las clases de las que se provenga; acentuando las incomprensiones y en consecuencia, la fragmentación social.

Tenemos dificultades para comprendernos entre las distintas generaciones, entre los diferentes pueblos, entre las diversas experiencias populares. Hay códigos que muchas veces se vuelven barreras infranqueables, que potencian los procesos de disociación social. Los sujetos se vulnerabilizan, las identidades se diluyen, las solidaridades se desvanecen.

La necesidad de constitución de sujetos colectivos con capacidad de transformación, tiene como condición la posibilidad de que exista una comunicación que favorezca los procesos de identificación, de comprensión de las diferencias y sus fundamentos, la capacidad de discriminar entre el diferente y el antagónico, y la creatividad para hilvanar, no en un único relato, sino en un abanico de relatos comprensibles y dialogantes entre sí, los fragmentos de un discurso roto y de un lenguaje mutilado por las dictaduras militares, así como por la dictadura mediática del pensamiento único.

Comunicarnos para comprender

En este contexto se vuelve fundamental compartir y comprender los sentidos con que intentamos nuestras transformaciones. Comprender y comprendernos, y para ello comunicarnos y comunicar.

Para asumir este desafío, los movimientos populares han multiplicado iniciativas político-culturales, que dan cuenta de una enorme creatividad (forjada y educada en el esfuerzo de sobrevivir en tiempos de exclusión). Estas iniciativas hablan de nuevas maneras de entender la militancia, el compromiso social, en las que se revaloriza la lucha cultural en la renovación del imaginario popular sobre las posibilidades del cambio social y en las que se forman los nuevos intelectuales orgánicos de los movimientos populares.

La recreación del imaginario popular, se viene realizando en claves comunicacionales propias de estos movimientos. No desde la nostalgia conservadora, que pretender anclar las transformaciones sociales en la restauración de los mundos perdidos, sino desde la posibilidad de revolucionar simultáneamente al

mundo actual así como la memoria de anteriores resistencias.

Radios comunitarias, páginas de Internet, boletines, experiencias de TV realizadas de manera comunitaria desde los movimientos populares, videos, graffitis callejeros, libros, "marchas y actos que comunican", performance, redes de información alternativa, agencias de comunicación, murgas, teatro del oprimido, diversas formas de arte popular, son parte de las muchas herramientas apropiadas por los movimientos sociales para expresar sus esfuerzos de transformación del mundo.

La metodología con que se producen estas herramientas, en muchos casos son parte de la pedagogía popular, que permite que al tiempo que se discute qué y cómo comunicar, se sistematicen experiencias, se creen conocimientos a partir de estos análisis, se teorice desde las prácticas, se forjen sentidos, se simbolice, se decodifique.

Las tensiones entre la diversidad de sujetos que expresan crecientemente sus demandas, y los proyectos en los que intentan articularse resistencias más enérgicas y alternativas populares, tienen en la comunicación, un lugar para nuevas prácticas políticas de creación colectiva de saberes, y de invención de códigos comunes que permitan interpretar las búsquedas emancipatorias.

La pedagogía popular de la comunicación hace del diálogo y de la pregunta, algunos de los momentos fundamentales. La pregunta, la escucha, son tan importantes como la respuesta y la opinión.

La posibilidad de cuestionar y cuestionarnos nuestras propias afirmaciones, de tratar de descubrir cuántas huellas de la cultura hegemónica pueden estar marcando nuestras creencias, es una manera de disponernos a poner nuestros cuerpos en el juego de la transformación. Es animarse a quitarnos las máscaras de las apariencias, y dejarnos atravesar por el dolor de desaprender la opresión, para experimentar más que proclamar los cambios necesarios. Caminar sobre esas huellas una y otra vez, para no perder el origen, para des-

cubrir que en nuestras concepciones o en nuestros sentires asoma el prejuicio racista, la moralidad burguesa, la naturalización de la cotidianidad patriarcal, el sentido común de quienes han hecho un mundo descartable, es un ejercicio imprescindible para descolonizar nuestra cultura popular, en las batallas por las múltiples identidades que nos constituyen como pueblos.

Hacia la descolonización del pensamiento crítico latinoamericano

Uno de los talones de Aquiles en nuestros esfuerzos por cambiar al mundo, durante todo el siglo 20, ha sido la presencia en nuestro pensamiento de fuertes incrustaciones dogmáticas y liberales.

El eurocentrismo, el iluminismo, el positivismo, reforzaron la base cultural colonizada del pensamiento dominante en la izquierda, y en franjas amplias de la producción académica de las ciencias sociales. Esto generó una fuerte distancia con las culturas de resistencia de los pueblos originarios. En muchos lugares este desencuentro reforzó el aislamiento de las batallas de estos pueblos; sus esfuerzos de resistencia silenciosa al genocidio cultural; empobreciendo al mismo tiempo al pensamiento crítico.

Los dos genocidios fundantes del capitalismo en América Latina: el de los pueblos originarios, y el de los afrodescendientes, fueron reducidos de este modo a meros capítulos sin mayores consecuencias en el relato histórico, más devaluados aún en la mirada sobre los desafíos actuales de los proyectos alternativos.

Temas que hoy se ponen en debate, como son la defensa del patrimonio cultural de los pueblos, las batallas contra el saqueo de los bienes de la naturaleza, la lucha contra la depredación de las posibilidades de vida en el planeta, forman parte, dichos con otros lenguajes y en otras perspectivas, de la diversidad de cosmovisiones de nuestros pueblos.

Su visibilización a partir del año 1992, en el marco de los 500 años de resistencia indígena,

negra y popular, y después del levantamiento zapatista en Chiapas, en 1994, en el contexto de una crisis y desorientación gigantesca de la izquierda, en sus diversas corrientes, permitió otro diálogo entre estas tradiciones emancipatorias. Los levantamientos en Ecuador y Bolivia, la llegada al gobierno de Evo Morales, colocaron en un nuevo espacio del pensamiento latinoamericano al conjunto de estos aportes.

La aprobación en la ONU de la Declaración de derechos de los Pueblos Indígenas, recientemente, da cuenta de este cambio de paradigmas, que impacta especialmente a la región (teniendo en cuenta que con la excepción de Colombia, todos los países latinoamericanos la aprobaron).

Pero mientras esto sucede, continúa la realización de proyectos que en nombre del desarrollo, multiplican la depredación de la naturaleza, la expropiación de sus territorios, y la criminalización de los movimientos que resisten estos atropellos. Sin existir una resolución sencilla de estos conflictos, el primer tema que aparece es la urgencia de dialogar sobre los mismos no desde preconceptos, sino fundando, junto a la afirmación de la necesidad de crear un poder popular con capacidad de desafiar al poderío imperialista, contando para ello con posibilidades materiales de autosuficiencia y autodeterminación; la posibilidad de avanzar simultáneamente en la descolonización de los saberes, que permita imaginar colectivamente la sociedad y el mundo en que queremos vivir.

La comunicación en estos casos, entre las fuerzas del Estado y los movimientos populares, está interferida por intereses concretos que resultan contradictorios. La búsqueda de superar la contradicción puede basarse en la prioridad política de que todas las alternativas apunten fundamentalmente a la constitución del sujeto histórico de las transformaciones

Es importante para ello hacer más sistemático el diálogo, no sólo en pos de una mayor comprensión de los puntos de partida de cada grupo o sector social emancipatorio; sino tam-

bién para poner en debate las estrategias de lucha política y de creación de alternativas populares en el nuevo milenio.

Cuando en muchos de nuestros países se proclama la integración del continente en una propuesta como la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), cuando en algunos de ellos se propone como horizonte el socialismo del siglo XXI, el lugar de la comunicación pasa a ser estratégico ya no sólo para la creación de redes de resistencias a las políticas imperialistas, sino también para el ejercicio de un modelo de integración que no reproduzca imposiciones ni colonizaciones de unos países sobre otros.

Las relaciones interestatales, los diálogos entre los gobiernos y movimientos populares, hoy exigen pensar en nuevas dinámicas de interacción, respetuosas de los tiempos y de las demandas de cada sujeto, y de los sujetos colectivos que participan en estos procesos.

En esta dirección, la comunicación tiene que atender también a la complejidad de signos y de lenguajes de los pueblos.

Si es cierto que los avances en el terreno tecnológico favorecen la posibilidad de crear nuevas redes de información, de interconexión y de diálogo, existe también el riesgo de que se aumente la brecha entre un activismo informado, y las bases de los movimientos que no acceden a estas tecnologías.

Popularizar las posibilidades de acceso a las diversas formas de comunicación, es una condición para democratizar las alternativas, en función de garantizar el protagonismo popular, y de no generar nuevos fetiches alienantes en nuestros propios movimientos como puede ser el manejo de los medios alternati-

vos de comunicación en manos de unos pocos.

Acompañar esta democratización, con procesos de educación popular y de formación política que creen capacidades de interpretación de la masa de comunicaciones que se genera, es también uno de los desafíos.

Una vez más, es necesario decir que los procesos de cambio y transformación social, encuentran sus raíces en la base de los movimientos, y no en los despachos estatales. Las creaciones de poder popular, pueden ser estimuladas desde políticas de redistribución de la riqueza, de educación de masas, de procesos políticos "de empoderamiento" promovidos "desde arriba". Sin embargo, la perspectiva de continuidad en el tiempo y de arraigo permanente de estos procesos, en todos los casos, se afirma en la existencia real de sujetos populares que se constituyan con autonomía política, capacidad de acción colectiva, de control sobre los eventuales gobiernos, y de diálogo entre sus demandas y las interpretaciones de las mismas por parte de los funcionarios del Estado.

La integración de las redes y proyectos de comunicación alternativos, y la educación popular, son entonces dimensiones específicas contrahegemónicas, para una batalla cultural que en condiciones de extremo desequilibrio, puede hacer sin embargo de la creatividad popular, la imaginación, la sensibilidad, la potencia simbólica, las armas secretas contra la alienación y el aburrimiento que ofrece como horizonte cultural el capitalismo. ◀

Claudia Korol, educadora argentina, del Centro de Investigación y Formación de los Movimientos Sociales Latinoamericanos, afiliado a CLACSO.

Brasil:

Construyendo alternativas de comunicación

Nilton Viana

Pequeña radiografía de la llamada gran prensa

Los *mass media* brasileños nunca fueron tan poderosos como ahora. Los avances tecnológicos y el intenso proceso de concentración y monopolización del sector en las últimas décadas, asociada a la criminal falta de control público, colocan a los *media* en Brasil como una peligrosa amenaza a la democracia.

Primero, porque la llamada gran *media* brasileña se comporta como verdadero partido de las elites en defensa de sus intereses neoliberales. O, como decía Antonio Gramsci, como verdadero partido del capital. Es decir, la *media* asume papeles que normalmente corresponden a los partidos políticos, como por ejemplo: la construcción de la agenda pública; generación y transmisión de informaciones políticas; fiscalización de las acciones del gobierno; ejercicio de la crítica de las políticas públicas, y canalización de las demandas de la población.

Solo para que se tenga una idea, en el latifundio mediático de Brasil, en la década pasada, nueve grupos familiares controlaban el grueso de los *media* nativos; hoy son solo cinco. Por otro lado, surgieron algunos grupos regionales, como la *Rede Brasil Sul de Comunicação* (RBS), que actúa en Río Grande do Sul y en Santa Catarina, pero que sobre todo retransmite a la red O Globo y a los principales medios del país.

Más allá de esa concentración, los *media* brasileños pasan por un peligroso proceso de internacionalización. Al final del gobierno de Fernando Enrique Cardoso (FHC), en 2002, el capital extranjero fue autorizado para adquirir hasta el 30% de las acciones de las empresas periodísticas. Eso ha sido otro agravante.

De hecho, los dueños de los *media* en Brasil no quieren libertad de prensa, quieren libertad de empresa. Y cuando se trata de las relaciones entre medios de comunicación y política, lo que está en juego es la democracia. En Brasil, los *media* imponen el pensamiento uniformizado, reproductor de las ideas dominantes y diseminadas a partir de los centros del capitalismo global. Ellos imponen a la sociedad el individualismo, el consumismo y debilitan el papel del Estado, convirtiéndose en matrices ideológicas.

La lucha por la democratización de la comunicación

La actual coyuntura política, económica, social y cultural en nuestro país, ha provocado una profunda reflexión sobre la relación directa de la comunicación con la lucha por la democracia real. Fortalecer la libertad de expresión de los movimientos populares, defender los derechos humanos, el acceso a las nuevas tecnologías y el control de los medios de difusión, son banderas que hoy se levantan con urgencia.

Todos sabemos que los oligopolios de los medios de difusión son nefastos para la construcción de una sociedad justa, democrática e igualitaria. Todos sabemos que los medios empresariales defienden los intereses de las clases dominantes y distorsionan sistemáticamente la realidad brasileña. Todos sabemos que los medios dominantes criminalizan a los movimientos sociales y descalifican las manifestaciones y las luchas del pueblo. Y, por tanto, todos sabemos que la organización alternativa y popular es vital para el fortalecimiento de las luchas de los trabajadores por la real transformación.

Entonces, ese escenario plantea, cada vez más, a los movimientos sociales y partidos de la izquierda, el desafío de encarar en un nuevo plano la lucha por la democratización de los medios de comunicación y por el fortalecimiento de medios alternativos, contrahegemónicos, de comunicación. O sea, sin enfrentar la dictadura mediática, no habrá avances en la democracia.

Es con la concepción de que la democratización de los medios de comunicación es fundamental en la lucha por una sociedad justa e igualitaria, que el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST), en consonancia con otros movimientos sociales, como la Vía Campesina, el Movimiento Consulta Popular, las pastorales sociales, crearon el periódico *Brasil de Fato*.

De hecho, la cuestión de la comunicación siempre estuvo presente en el MST desde los primeros momentos. Desde las primeras ocupaciones de tierras, una de las preocupaciones fue justamente elaborar un instrumento que permita dialogar con la sociedad. Y esa visión de comunicación -si bien no de forma sistemática, orgánica ni pensada como política-, siempre fue ganando importancia en la medida en que el movimiento iba también ganando en organización, en el transcurso del tiempo. Eso se expresó a través de los símbolos, de la música, de la propia identidad Sin Tierra. Ese conjunto de informaciones transmitido a la sociedad, inicialmente de forma empírica, fue adquiriendo organicidad.

A medida que el movimiento crecía y percibía que no bastaba luchar solo por un pedazo de tierra, sino que era preciso luchar para cambiar el modelo económico, la política social, etc.; para cambiar el país, también se fue clarificando la necesidad de pensar políticas y estrategias de comunicación.

Fue al final del mandato de FHC que el movimiento dio un salto en este sentido. Fue un período donde los grandes medios de información, junto con el gobierno, impusieron un silencio absoluto sobre las luchas de los movimientos sociales. Y cuando no podían mantener silencio, buscaron la manera de tergiversar y mentir, y sobre todo de criminalizar a los movimientos sociales.

Justamente en aquel momento (1996-97) pasamos por uno de los peores momentos desde el punto de vista de la represión (con el masacre de Carajas, donde 19 sin tierra fueron ejecutados por la policía del estado de Pará) y al mismo tiempo el cerco mediático, en el sentido de aislar al MST, que se había transformado en un chivo expiatorio para FHC. Él decía, tanto al interior del país como para afuera, que el MST era un clavo en su zapato, porque era el único movimiento que se mantuvo en la lucha cuando otros sectores se callaron. Entonces, llamó a media docena de dueños de los medios de información y les dijo: el Movimiento Sin Tierra es fuerte porque ustedes le están dando espacio; hacia el futuro esto tiene que cambiar. Y el principal semanario del país que es la revista *Veja*, publicó en la tapa un fotomontaje de Joao Pedro Stedile, dirigente del MST, con cara de diablo, con un revolver en la mano como James Bond, para proyectar la imagen del movimiento como la del diablo, y con el sentido de criminalizar. La lógica era: ya que no conseguimos reducir al enemigo físicamente, vamos a doblarlo moralmente.

Fue en este periodo que concebimos a la comunicación como estratégica. Y es a partir de entonces que comenzamos a producir ediciones especiales del *Jornal Sem Terra*, de cuatro páginas, como mecanismo para romper ese cerco y dialogar con la sociedad. Hacíamos ediciones cada dos o tres meses,

con dos millones de ejemplares, que fueron distribuidos en todas las capitales, en jornadas de movilización del MST. Asimismo, en 1997, teniendo en cuenta la importancia estratégica de la comunicación, creamos nuestra página en Internet (www.mst.org.br). En el '96 ya estábamos familiarizados con Internet, por lo que la masacre de Carajas se difundió rápidamente a través del mundo, gracias a nuestra agilidad con tal recurso.

Desde aquel momento, comenzamos a organizar nuestra comunicación. Fortalecimos nuestras instancias internas de comunicación, con la formación de nuestros comunicadores populares, y comenzamos a pensar estratégicamente cómo actuar interna y también externamente, cómo dialogar con la sociedad, y estas ediciones especiales dieron resultados extremadamente positivos porque rompimos ese cerco.

Pero solo eso no bastaba, teníamos noción de que precisábamos de un periódico. Como el MST era el movimiento más activo y con capacidad de aglutinación en el país, sistemáticamente otros sectores le reclamaban en ese sentido de crear un periódico que permita aglutinar a toda la izquierda, para hacer un contrapunto a los llamados grandes medios nacionales. Esta idea fue madurando, y en el 2002 pasamos a darle forma a la concepción de un periódico político nacional que fuese vendido en quioscos. En enero 2003, se hace el lanzamiento.

El gran salto del Movimiento Sin Tierra fue comprender que era preciso romper también este latifundio. Superamos esa visión de hacer tan solo el *Jornal Sem Terra*, que es un periódico interno de la organización. Era preciso crear un vehículo que ayudase a elevar el nivel de compromiso y conciencia del pueblo brasileño, que dé visibilidad al Brasil sistemáticamente omitido por los grandes medios, o que cuando no es omitido, es tratado de manera desfigurada.

Nos propusimos editar un periódico político, de circulación nacional, para contribuir al debate de ideas y al análisis de los hechos, desde el punto de vista de la necesidad de

cambios sociales en nuestro país. Por lo tanto, el periódico *Brasil de Fato* es el resultado de las aspiraciones de miles de luchadores de movimientos populares, intelectuales de izquierda, sindicatos, periodistas y artistas que se unieron para formar una amplia red nacional e internacional de colaboradores. Así, en enero de 2003, en un esfuerzo colectivo de los movimientos sociales, lanzamos *Brasil de Fato*.

El desafío de construir medios de comunicación popular

Sin embargo, en un país donde pocas familias detentan el monopolio de los medios de información, hacer un periódico alternativo, popular e independiente es un gran desafío. Se ilusionan quienes piensan que en el neoliberalismo existe democracia.

Hoy, en Brasil, estamos convencidos de que vivimos una pseudo democracia, una dictadura del capital, que nos impone también la dictadura mediática. El ejemplo que a continuación expongo, además de las razones antes expuestas, sirve para aclarar aún más este señalamiento.

Cuando lanzamos *Brasil de Fato*, con un tiraje de 100 mil ejemplares, y un coste mensual de alrededor de 100 mil dólares, no imaginábamos que más allá de la cuestión financiera, enfrentaríamos el problema ideológico con los llamados grandes medios. En las primeras semanas, nos encontramos con los primeros problemas: fuimos boicoteados por las empresas que se ocupan de la distribución.

Brasil es un país de dimensión continental. Solo para tener una idea, un ejemplar enviado por correo demora de 3 a 7 días laborables para llegar a las regiones del Norte y Noreste del país. Entonces, para agilizar la entrega, buscamos a las empresas especializadas en este tipo de trabajo. Pero resulta que, para nuestra sorpresa, las principales empresas pertenecen precisamente a los principales periódicos del país. Aun así, suscribimos contratos con esas empresas.

Sin embargo, a partir de la segunda o tercera semana, comenzaron los boicots. Por ejemplo, en el Gran São Paulo -Santos, Campinas-, en las primeras semanas el periódico se agotó en todos los quioscos, inclusive por el clima de euforia, de expectativa de la militancia; pero paulatinamente comenzamos a tener problemas. La gente nos decía que el periódico no llega más a los quioscos, llamábamos a la distribuidora, la cual decía que está teniendo problemas con sus distribuidores locales, etc. Así comenzamos a percibir que en todas las ciudades y regiones donde el periódico tenía mayor venta, comenzamos a ser boicoteados. Este fue nuestro primer desafío, pues cómo hacer para que un periódico nacional pueda romper ese bloqueo.

La entrega del periódico puerta a puerta a los suscriptores, es un problema que ha persistido. Nos hemos visto obligados a enviar los ejemplares vía correo postal, lo cual, dependiendo de la región, puede significar una demora de hasta 15 días.

Para resolver la entrega en los quioscos, fue necesario entenderse políticamente con una empresa que no estaba vinculada directamente con los grandes medios, pero que hacía ese tipo de trabajo. Inicialmente, no quería aceptar nuestro periódico, pues, decía, que por ser un periódico semanal no les interesaba financieramente. Sin embargo, con una articulación política que involucró incluso a un vice-gobernador que era amigo personal del dueño de tal empresa, logramos resolver el problema de la entrega en los quioscos. Ahora, sucede que a inicios de octubre esta empresa fue comprada por la empresa del grupo Abril, que edita la revista *Veja*, un verdadero panfleto que miente, omite, manipula y distorsiona las informaciones.

Este grupo Abril ha sido denunciado por su participación en irregularidades cometidas con la venta de la emisora de cable TVA a la empresa española Telefónica. Anatel, la agencia nacional de Telecomunicaciones, está involucrada en la tramoya. Y están haciendo de todo para impedir que se someta a una Comisión Parlamentaria de Investigación

(CPI). Todos los grandes medios no han dicho nada sobre tal CPI ni sobre las irregularidades. Pero en nuestro periódico, todas las semanas hemos estado denunciando este caso. ¿Será que su nueva empresa va a distribuir nuestro periódico? Vemos que tendremos problemas nuevamente, pues desde ya los nuevos gerentes nos están imponiendo una serie de metas, sabiendo que no tendremos cómo cumplir. O sea, una manera para sacarnos fuera.

¡Pero estamos resistiendo!

Poco a poco, el periódico se consolida como un medio de la izquierda. Gracias a la red de colaboradores en todo el país, sus páginas reflejan la realidad de cada una de las regiones. Nos hemos convertido en referencia para sindicalistas, profesores, intelectuales y diversos sectores organizados de la sociedad. Creamos una página en Internet (www.brasil-defato.com.br/), que paulatinamente, va creciendo en accesos. Ya alcanzamos miles de accesos diarios. Elaboramos semanalmente un boletín electrónico que llega a 100 mil personas. Estamos editando ediciones especiales con tirajes que varían de uno a dos millones de ejemplares. En septiembre pasado hicimos la jornada de educación, que aglutinó 17 entidades estudiantiles, -que son jornadas que justamente movilizan al país entero-, y esas entidades cubren la impresión y distribución de ese material.

Ahora nos acercamos a los cinco años. Nuestra mayor conquista fue, además de haber logrado resistir a todas esas dificultades, consolidar una red de militantes, periodistas, estudiantes, artistas, intelectuales, fotógrafos etc. alrededor del proyecto del periódico. Estos militantes comprendieron la importancia de que los movimientos sociales y de la izquierda construyan sus propios medios de comunicación. Comprendieron que *Brasil de Fato* es parte de un proyecto político. Un proyecto popular para Brasil. ☞

Nilton Viana, periodista brasileño, es editor-jefe del periódico *Brasil de Fato*.

