

La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial

The alternative communication between digital and decolonial

A comunicação alternativa entre digital e descolonial

—

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República de Uruguay / gabriel.kaplun@fic.edu.uy

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 141, agosto - noviembre 2019 (Sección Monográfico, pp. 75-94)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 25-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

El “alternativismo” ha tenido un lugar importante en América Latina, en diálogo y conflictos con otras tradiciones en el campo de la comunicación. Repaso aquí esos vínculos, propongo algunos modos posibles de pensar lo alternativo hoy y planteo algunos problemas y debates actuales. Problemas vinculados con los procesos de reforma de la comunicación, los cambios en los contextos tecnológicos y políticos, los debates en las ciencias sociales y las transformaciones en el campo profesional.

Palabras clave: comunicación alternativa, tecnologías digitales, “decolonialidad”, América Latina

Abstract

Alternativism has had an important place in Latin America, in dialogue and conflicts with other traditions in the field of communication. I review these links here, I propose some possible ways of thinking about the alternative today and I raise some current problems and debates. Problems related to communication reform processes, changes in technological and political contexts, debates in the social sciences and transformations in the professional field.

Keywords: alternative communication, digital technologies, decoloniality, Latin America

Resumo

O “alternativismo” teve um lugar importante na América Latina, no diálogo e nos conflitos com outras tradições no campo da comunicação. Reviso esses links aqui, proponho algumas maneiras possíveis de pensar sobre a alternativa hoje e levanto alguns problemas e debates atuais. Problemas relacionados aos processos de reforma da comunicação, mudanças nos contextos tecnológico e político, debates nas ciências sociais e transformações no campo profissional

Palavras-chave: comunicação alternativa, tecnologias digitais, “descolonialidade”, América Latina

1. Tradiciones latinoamericanas

Hace un tiempo propuse un mapa posible de las tradiciones o corrientes de pensamiento que han atravesado la comunicación latinoamericana desde que comenzó a constituirse como campo intelectual y de prácticas sociales, académico y profesional. Remito al lector a ese texto (Kaplún, 2013), pero sintetizo aquí -a riesgo de ser demasiado esquemático- tres de las cuatro tradiciones básicas que entiendo han constituido matrices del pensamiento comunicacional en la región¹, y retomo in extenso lo que planteaba sobre la cuarta, que será el centro de este trabajo.

Funcionalistas. Esta vertiente fue la base teórica implícita detrás de muchas de las ofertas de formación profesional en el periodismo, la publicidad, la comunicación organizacional o la comunicación para el desarrollo. Las referencias teóricas clave provenían de los estudios de comunicación norteamericanos, sustentados en la sociología funcionalista (Merton, Lazarsfeld), la psicología conductista (Skinner) y las teorías matemáticas de la información (Shannon y Weaver), entre otras fuentes. Sus problemas y preocupaciones principales giran en torno a los efectos y funciones de los medios, la comunicación como herramienta de mercado y para el desarrollo tecnológico.

La caracterización de funcionalismo alude por un lado a su carácter afirmativo del *statu quo*. Se trata de comprender la sociedad para asegurar su funcionamiento, sin transformarla en sus aspectos esenciales. Pero también puede identificarse su carácter pragmático, su voluntad de acción, recogiendo la herencia de Dewey y su talante progresista y democrático. Se trata de teorías para la acción, para orientar la intervención social, desde las campañas publicitarias a la acción política, la producción periodística o el cambio en las prácticas agrícolas. En este último caso, por ejemplo, América Latina sirvió como un gran banco de pruebas de la teoría de difusión de innovaciones (Rogers, 1962). Los proyectos desarrollistas de los años 60 promovieron una modernización agrícola que requería convencer a millones de campesinos que cambiaran sus formas de trabajo y adoptaran las nuevas tecnologías que se les proponían. Y esta sigue siendo la matriz de muchos campañas y programas que apuntan a cambios conductuales poblacionales en salud, seguridad vial, etc.

Críticos. Junto a las corrientes funcionalistas emerge en América Latina una vertiente crítica, con perspectiva emancipatoria, de transformación radical de la sociedad. Centra sus preocupaciones en la cuestión del poder y las estructuras económicas y discursivas de los medios. Los estudios de economía política de las comunicaciones analizan la estructura de propiedad de los medios y denuncian la apropiación, uso y abuso de los sistemas de comunicación por parte de los sectores dominantes de nuestras sociedades y la penetración informativa

1 Esta síntesis fue elaborada para un trabajo más reciente (Kaplún, 2018).

y cultural externa en la región. Los estudios de tipo semiótico analizan el contenido de los mensajes mediáticos, subrayando generalmente su carácter ideológico y alienante. Ambas corrientes confluyeron en la caracterización del sistema de medios como aparato ideológico (Althusser, 1988). En este caso las bases teóricas tenían origen principalmente europeo, en la llamada escuela de Frankfurt (Horkheimer, Adorno) y en los estudios semióticos (Barthes, Eco).

Un europeo radicado en América Latina por esos años es, probablemente, la figura más representativa de esta vertiente en sus inicios en nuestra región. Armand Mattelart escribe en esa época sus primeros trabajos sobre los medios, y en 1972, junto a Ariel Dorfman, el emblemático *Para leer al Pato Donald*, un fino análisis sobre la comunicación masiva y el colonialismo cultural. Muchos latinoamericanos harán también sus aportes a esta corriente, desde el argentino Héctor Schmucler ya en la etapa fundacional, a los trabajos en economía política de las comunicaciones de Guillermo Mastrini, Martín Becerra o César Bolaño. En sus primeros años quizás su máxima influencia haya estado en el impulso al Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación promovido por la Unesco desde 1980. Más recientemente muchos han tenido un papel activo, aunque guardando distancia crítica, en las políticas públicas que intentaron reformar los sistemas de comunicación en varios países de la región.

Culturalistas. En el correr de los 80 tomó fuerza una postura “crítica de la crítica”, que entendía que los estructuralistas habían propiciado una visión de los medios como aparato monolítico y omnipotente, cuyos efectos actuaban como una aguja hipodérmica ideológica en receptores pasivos. Esta visión, decían, desconocía la presencia de lo popular en lo masivo y las múltiples mediaciones a través de las cuales los medios son consumidos y resignificados, así como la recuperación que los medios hacen de largas tradiciones y fuertes matrices culturales populares.

El texto fundante de esta vertiente, *De los medios a las mediaciones* (Martín-Barbero, 1987), se complementará con *Culturas híbridas* (García Canclini, 1989), que analiza el papel de los medios en los proceso de construcción de hegemonía mediante la inclusión simbólica de los sujetos populares. A partir de estos aportes e incorporando abordajes etnográficos, surgieron numerosos estudios que buscaron relevar esta presencia de lo popular en lo masivo y comprender la recepción como fenómeno específico. Más que de leer al Pato Donald en clave imperialista, se trataba por ejemplo de entender la telenovela en clave popular. Entender lo que la gente hace con la televisión, más que lo que la televisión hace con la gente. También amplió el campo de los estudios de comunicación, al explorar los tejidos comunicativos de nuestras sociedades, que se anudan en espacios de encuentro como las plazas y mercados, los espectáculos masivos o los centros comerciales.

2. El enclave alternativo²

Mientras transcurrían los debates -por momentos duros- entre críticos y culturalistas había también un grupo de comunicadores que, compartiendo visiones y opiniones con ambas corrientes, nunca se sintieron totalmente cómodos con ninguna de las dos. Me refiero a aquellos que, desde los 70 y hasta entrados los 90, estaban preocupados por una cuestión práctica: cómo generar alternativas a la comunicación dominante.

A primera vista este grupo parecía más afín teóricamente a la corriente crítica de raíz marxista y podía parecer su complemento lógico: frente a la comunicación dominante y alienante planteaban la tarea de construir una alternativa contrahegemónica. Pero esta relación fue mucho menos simple, por varias razones. Por un lado, para algunos de los críticos, estos esfuerzos “alternativistas” eran básicamente inútiles: la comunicación en nuestras sociedades sólo podría cambiar a partir de un cambio global revolucionario. Si lo último podía ser difícil de probar –y algunas revoluciones triunfantes resultaron bastante decepcionantes en materia de comunicación- lo primero podía ser más fácil de afirmar: años de micro-esfuerzos alternativos no parecen haber cambiado sustancialmente la realidad comunicacional global. Lo alternativo en todo caso debía ponerse al servicio del proyecto revolucionario, denunciando al poder dominante y transmitiendo las ideas “correctas”, y esto generó un cierto tipo de comunicación popular caracterizada por su estilo panfletario.

Pero entre los “alternativistas” también había otras opciones, que definían su tarea más bien como la de abrir espacio para otras voces, promover la expresión de nuevos sujetos sociales contribuyendo a su conformación. Esto incluía un acercamiento al funcionalismo al menos en un aspecto: la necesidad de contar con herramientas para la acción comunicacional concreta, y no sólo para la crítica a la comunicación dominante. En pocos casos, me parece, se llegó a captar la complejidad del pensamiento funcionalista ni los muchos matices presentes en él.

Detrás de este debate estaban las discusiones entre marxismos, uno de raíz leninista y otro gramsciano. Estos últimos justamente, sin abandonar su afinidad con las corrientes críticas, se sintieron en verdad mucho más cercanos a los “culturalistas”, quienes registraban desde la investigación y la teoría intuiciones que ellos verificaban cotidianamente en la práctica: la hibridación de lo popular, lo masivo y lo culto, las mediaciones, los tejidos comunicacionales cotidianos más allá de los medios. Aunque que estas visiones teóricas podían resultar paralizantes, especialmente si eran leídas como un relativismo cultural que niega toda legitimidad a cualquier intervención social. En los hechos estas parálisis se produjeron en más de un caso. Algunos comunicadores que venían

2 Aquí retomo, con algunos añadidos, parte del trabajo anterior ya mencionado (Kaplún, 2013)

del marxismo panfletario, puestos sanamente en cuestión por el pensamiento culturalista, ya no supieron qué hacer, salvo, quizás, investigar.

Pero la mayoría de estos comunicadores prácticos solían estar bastante alejados de la academia. Su ámbito de acción era más bien el de las organizaciones no gubernamentales de educación popular, los medios comunitarios o sindicales, los movimientos sociales y políticos, los cristianos comprometidos con luchas por cambios sociales³. En los 80 algunos de ellos iniciaron una relación con las universidades por dos vías: su propia incorporación a ellas y el interés de los académicos por su trabajo, que fue entonces relevado e investigado desde la academia. Hasta los 90 esta relación fue marginal dentro de las facultades de comunicación, reduciéndose a algunas áreas “prácticas” y sin incidencia en los núcleos centrales de elaboración teórica, que siguió siendo disputado por estructuralistas, culturalistas y funcionalistas. La real o aparente falta de “rigor” académico acentuó esta marginalidad de los “alternativistas”. También puede haber contribuido a ello su excesivo *basis* y artesanado, que llevó a descuidar e incluso despreciar las dimensiones masivas de la comunicación. Aunque hubo excepciones, como la de algunos comunicadores profesionales sin titulación universitaria pero capaces de producir medios o espacios informativos o de ficción con audiencias importantes⁴. Y también reencuentros con los “estructuralistas”, como los que se generaron en los 2000 al retomar con otra fuerza y desde la sociedad civil las luchas por la democratización de las comunicaciones, un tema casi abandonado por la academia durante los neoliberales años 90, en que las políticas de comunicación no podían ser más que un ejercicio intelectual.

En todo caso a mi juicio había –y hay– en el movimiento “alternativista” potencialidades teóricas muy ricas. Sobre todo cuando la alternativa que proponían, además de los contenidos o a la propiedad de los medios, incluía una reflexión y una práctica en búsqueda de nuevos modelos de comunicación, de nuevas formas de entender el concepto mismo de comunicación.

Estas búsquedas se desarrollaron mejor a partir de su encuentro con el movimiento educativo crítico, que en América Latina tuvo y tiene su expresión más importante en el pensamiento de Paulo Freire. Hay que recordar que el propio Freire originó el debate con una de las corrientes funcionalistas más importantes, la de la difusión de innovaciones, planteando una alternativa a la imposición cultural implícita en ella. Ya a fines de los 60 titulaba significativamente “Extensión o comunicación” a un libro en el que planteaba esta alternativa, lo que implicaba definir la comunicación en perspectiva dialógica y no como transmisión unidireccional de información o como

3 Algunas referencias para recoger los debates y aportes de esta corriente pueden encontrarse en Simpson (1981), Kaplún (1985), Festa (1986), Alfaro (1993, 2004), Peruzzo (1998). Para una mirada global véase por ejemplo Gumucio (2001), Downing (2011), Peruzzo, Tufte y Vega (2011).

4 Es el caso de mis padres, Mario Kaplún y Ana Hirsz, parte de cuya producción radial de fines de los 60 y comienzos de los 70 puede encontrarse en <https://radialistas.net/serpal-series-y-radionovelas/>

persuasión retroalimentada solo para verificar el logro de los efectos buscados por el emisor.

En estos devenires prácticos y teóricos fueron surgiendo diversos “apellidos” para caracterizar el tipo de comunicación que se busca, sus objetivos y ámbitos de acción: comunicación popular o comunitaria, comunicación para el desarrollo o para el cambio social, comunicación participativa u horizontal. Estos apellidos son a veces intercambiables y otras veces expresan debates fuertes sobre el sentido de la acción y sus sustentos teóricos. Popular puede ser similar o muy distinto que comunitario, desarrollo y cambio social pueden ser vistos como sinónimos o como alternativos. Una discusión detallada sobre estos apellidos y aquellos debates puede leerse en un texto anterior (Kaplún, 2007) y no los reiteraré aquí. Retomaré en cambio la discusión sobre el apellido alternativo y su conexión actual con los demás.

3. Alternatividades mediáticas

Lo “alternativo” es siempre una categoría relativa, que se construye como un “otro” frente a lo hegemónico, que se le opone o que lo complementa. En teoría puede devenir en dominante; en la práctica y con frecuencia puede ser absorbido dentro de la comunicación hegemónica. Con algunos compañeros de trabajo⁵ hemos venido construyendo en los últimos años un abordaje de lo alternativo mediático situado en el hoy y ahora de nuestro país -Uruguay- que puede servir para pensarlo en otros países latinoamericanos, a condición de que se lo haga también situado en cada contexto. En ese marco miramos cuatro tipo de “alternatividades” que pueden darse separada o simultáneamente en distintas experiencias mediáticas:

- Formas de “propiedad” diferentes a la gran empresa privada: el sector cooperativo o de economía solidaria, las organizaciones de la sociedad civil y los movimientos sociales que gestionan medios, los medios público-estatales. Incluso las pequeñas empresas locales y la producción independiente pueden implicar una alternativa en nuestros contextos nacionales y regionales.
- Formas de “gestión” diferentes a la de las empresas privadas con fines de lucro: la participación social en la gestión de medios públicos, la definición y gestión colectiva de los proyectos mediáticos bajo formas cooperativas o comunitarias. Este suele ser un desafío complejo, fuente de fracasos de muchas experiencias, ya que no es fácil articular las decisiones colectivas estratégicas con la eficiencia imprescindible en la toma de decisiones en tiempo y forma que requiere un medio. O la presencia de muchas voces con la construcción de una identidad común y una audiencia fiel.

5 El grupo de investigación AlterMedia (Alternativas Mediáticas) www.prodic.edu.uy/Gialtermedia. Lo que sigue toma parte de lo elaborado para una publicación del grupo (Kaplún, 2019).

- “Contenidos” diferentes a los de los medios hegemónicos: los modos en que se construye la información, la presencia en los medios de actores y temáticas que no suelen tenerla, ampliando la diversidad social y cultural de voces y rostros, la capacidad de introducir nuevos temas en la agenda pública, de hacerle un lugar a lo local frente a los medios fuertemente trans-nacionalizados. También la generación de narrativas, formatos y lenguajes (radial, audiovisual, multimedia) propios, que no reproduzcan los dominantes y que, a la vez, sean capaces de construir y mantener audiencias, así como el papel educativo y cultural que los medios pueden jugar, sin reducirlo al didacticismo escolarizado o al elitismo de “lo culto”.
- “Modelos comunicacionales” diferentes a los dominantes. Frente al modelo tradicional del *broadcasting* y la difusión unidireccional desde un emisor hacia múltiples receptores, experiencias que buscan generar vínculos más dialógicos con las audiencias, que buscan hacerlas partícipes de la propia producción mediática, que exploran formas de interacción nuevas -con o sin el uso de las posibilidades ofrecidas por las tecnologías digitales- articulándose y fortaleciendo vínculos y tejidos sociales, formas de comunicación mediadas y no mediadas (interpersonales, grupales, colectivas, organizacionales). La generación y el fortalecimiento de alternativas mediáticas implican, entonces, la presencia de actores, contenidos, formas de gestión y modelos de comunicación alternativos a las dominantes en cada contexto. Como se habrá notado preferimos hablar de alternativas mediáticas en lugar de medios alternativos. Nos parece una denominación más amplia, capaz de abarcar una diversidad de iniciativas que incluyen tanto medios como productores de contenidos que no cuentan con medios propios y usan -o dependen de- otros para difundirlos. Es, a la vez, una definición que se restringe a lo mediático, algo más acotado que la comunicación alternativa, como plantearé luego.

4. Avances y frustraciones reformistas

Tal vez sorprenda la inclusión de los medios públicos entre las posibles alternativas. En muchos países latinoamericanos han sido la Cenicienta del sistema mediático: no pasan de un triste papel testimonial y/o son medios oficialistas, vehículo de -mala- propaganda, gubernamentales más que medios “públicos”. (Algo muy diferente a la tradición europea, por ejemplo, donde constituyeron y en muchos casos aún constituyen el eje central de los sistemas mediáticos.) Por eso mismo la existencia potente de medios públicos que sean realmente públicos significa una alternativa en muchos contextos latinoamericanos. Ello explica el lugar que han tenido en los intentos de reforma de la comunicación que se desplegaron en los 2000. En varias legislaciones de los últimos años aparece como principio y objetivo la búsqueda de un equilibrio mayor entre medios públicos-estatales, privados comerciales y social-

comunitarios, partiendo de sistemas altamente concentrados alrededor de grandes grupos mediáticos privados (Segura, 2014).

El éxito de estos esfuerzos ha sido relativo. Si bien se desarrollaron algunas experiencias potentes en cuanto a cantidad y calidad de producción, en general no lograron captar audiencias masivas, que en buena medida siguieron dominadas por los conglomerados comerciales. Parte de la explicación parece estar en la dificultad para construir una narrativa atractiva y propia, que sin mimetizarse con la de los medios hegemónicos sea capaz de movilizar imaginarios y sensibilidades, articular con los sueños individuales y colectivos de grandes sectores sociales. Esto incluye necesariamente la producción de ficción, y particularmente de series, algo raramente presente en la producción alternativa. Hay un problema de costos, por cierto, pero también parece haber cierta subvaloración de la ficción frente a la información y de la obra única del cine frente a la lógica seriada de la televisión, que permite instalar personajes, relatos y formatos en la cotidianeidad masiva.

Otra de las apuestas reformistas ha sido la de los medios llamados comunitarios o sin fines de lucro. El hecho de que la denominación “comunitaria” haya sido la predominante en las legislaciones reformistas merecería una investigación específica. En algunos países latinoamericanos esta denominación tenía un arraigo previo y en otros no, probablemente en relación con el sentido y las prácticas de lo comunitario en cada lugar. No es lo mismo el uso del término en países con poblaciones originarias grandes y que sostienen formas de vida comunitaria intensas, que donde no existieron y los procesos de urbanización creciente hacen de la convivencia vecinal algo que difícilmente sea nombrado y vivido como comunidad. En algunas legislaciones -como la uruguaya de 2008 o la argentina de 2009- la etiqueta comunitaria suponía una participación comunitaria difícil de asegurar cuando la comunidad no es algo que existe y está “detrás” del medio sino que, en todo caso, está delante, en un horizonte utópico, como algo a construir en un camino que puede ser largo y empedrado de incertidumbres (Kaplún, 2015).

Estas legislaciones y/ o su aplicación han sido habilitantes pero también limitantes. En Brasil y Chile, por ejemplo, pusieron límites muy estrechos a la cobertura o al financiamiento. En Bolivia despertaron la desconfianza en muchos medios populares que los percibieron como un intento de generar nuevos medios oficialistas con etiqueta comunitaria. En otros casos, como en Argentina, empezaban a asomar alianzas interesantes entre medios públicos y comunitarios, experiencias abortadas luego de un cambio político en el gobierno y que tal vez se retomen con un nuevo cambio.

Las experiencias reformistas avivaron discusiones entre quienes gestionan medios comunitarios, populares, alternativos o denominaciones similares. ¿Qué políticas se quiere, realmente? ¿Qué intervención del Estado? Donde estos medios eran perseguidos como ilegales, la batalla por la legalización fue prioritaria, pero al ganarla muchos encontraron que esa legalidad venía

acompañada de exigencias técnicas, fiscales, contables, laborales difíciles de cumplir. Algunos reclaman políticas de fomento, apoyos para infraestructura y producción; otros temen que esos apoyos los hagan perder independencia frente a los gobiernos que las dan, riesgo que puede evitarse o minimizarse con sistemas regulatorios fuertes e independientes, que no siempre existen en las leyes o se implementan en la práctica. Ello puede explicar en parte la facilidad con que algunos de estas reformas fueron revertidas al quedar fuera del gobierno los partidos políticos que las impulsaron.

Los procesos reformistas abrieron cauces más anchos a la comunicación alternativa, pero no siempre pudieron ser ocupados tanto como se esperaba. Además de las propias debilidades regulatorias se hizo más evidente lo complejo que resulta afrontar el desafío de la sostenibilidad económica, social y comunicacional. Sobrevivir en el tiempo implica contar con recursos mínimos adecuados, capacidad de gestión colectiva pero eficiente, respaldos sociales y pactos con las audiencias que pueden ir desde la complicidad a la participación más o menos amplia. Y para ello no bastan discursos voluntaristas que afirman un deber ser -o un querer ser- pero que no logran concretarlo en la práctica cotidiana en que se crean y recrean los vínculos con las audiencias, los grupos sociales que sustentan el proyecto y los trabajadores/militantes que lo llevan adelante (Kaplún, 2019).

5. Optimismos y pesimismos digitales

Mientras las legislaciones de los 2000 intervenían, con mayor o menor éxito, sobre el sistema mediático tradicional -radio, televisión y a veces medios gráficos- se desarrollaba el nuevo universo digital en sucesivas oleadas, desde las primeras páginas web y los blogs a las redes sociales⁶ y los servicios de mensajería. Desde el comienzo se generaron dos grandes tendencias en el modo de percibir y actuar frente a este universo por parte de los alternativistas, que rememoran la vieja oposición entre apocalípticos e integrados propuesta hace más de medio siglo por Umberto Eco (1965). Por un lado quienes veían -ven- potencialidades democratizadoras extraordinarias, en tanto amplía las posibilidades de decir su palabra para grandes sectores tradicionalmente excluidos que ya no tendrían algunas de las habituales barreras de acceso a los medios (costos, regulación política del espectro) y posibilita pasar del modelo *broadcasting* -comunicación de uno a muchos- a otros más horizontales y dialógicos -comunicación de todos con todos-. Por otro lado estaban -están- quienes ven en el universo digital riesgos de banalización del debate público, incremento de la distracción constante de los receptores, oportunidad para la

6 Que con justicia los angloparlantes llaman medios sociales (social media), evitando la confusión con las redes sociales, denominación más adecuada para el conjunto de vínculos que cualquier persona tiene y sustentan su vida en sociedad. Redes que son vitales para la construcción de comunidades (Dabas, 1998) y de alternativas comunicacionales.

rápida circulación de la desinformación y manipulación de grandes empresas oligopólicas (aunque los oligopolios sean otros).

Ambas posturas tienen razones para fundar su visión pesimista u optimista, y el tiempo fue agregando pruebas a favor de unos y otros. Para los pesimistas digitales, por ejemplo, el fenómeno de las burbujas comunicacionales en las redes confirmó su desconfianza frente al optimismo democratizador: no hay comunicación de todos con todos sino que, algoritmo mediante, hablamos solo con los que piensan igual. (En los medios tradicionales al menos todos nos encontrábamos como receptores...). Los optimistas, por su parte, se alegran con la emergencia de medios alternativos digitales con capacidad de contrarrestar a los grandes medios hegemónicos bastante más que los tradicionales medios alternativos dada su posibilidad de alcanzar coberturas amplias a bajo costo⁷.

Estos nuevos medios alternativos son, además, refugios para profesionales desocupados o mal pagados en parte por el impacto digital que ha reconfigurado la economía del sistema mediático: medios impresos que perdieron ventas y no logran sustentar económicamente sus ediciones digitales, televisión abierta que pierde publicidad en favor de los gigantes de internet, televisión de pago afectada por las plataformas audiovisuales. Algunos periodistas disfrutaban del teletrabajo colaborando desde su casa con varios medios, otros más bien sufren la precarización de quien no tiene licencia ni seguro médico y tampoco el contacto cotidiano con sus colegas y compañeros. Buscan entonces nuevos arreglos laborales que les permitan configurar algo más parecido a un trabajo digno donde crear y crecer con otros. Y se inventan nuevos medios, con pocos recursos económicos pero mucho saber del oficio, distintos de los medios hechos por militantes con poca o ninguna formación profesional.

Y para volver al pesimismo apocalíptico basta ver el papel de los medios digitales en el avance de las nuevas derechas, con personajes de frontal incorrección política como Donald Trump o Jair Bolsonaro, apoyados en campañas micro segmentadas y discursos adecuados para cada segmento a partir del manejo masivo de datos personales. Pero en estos y otros casos parece imprescindible volver a pensar desde la cultura. Por ejemplo para intentar entender cómo sucedió que en el Brasil donde la teología de la liberación fue clave en procesos largos de cambio cultural y político ganó terreno una teología de la prosperidad que es también una teología de la dominación (Pérez Guadalupe, 2017, p. 113); en qué profundo terreno cultural logró enraizarse el neo pentecostalismo que estuvo en la base del triunfo de Bolsonaro. No parece tratarse solo de la fuerza de los rituales sino también de una capacidad de reconfigurar la vida individual y colectiva de millones de personas: una capacidad de construir comunidad. Donde los medios electrónicos y digitales juegan un papel central re-ligando (religiosamente) a sus miembros.

7 Ejemplos de este tipo de nuevos medios alternativos son Brasil 247 y Media Ninja (Brasil), La Silla Vacía (Colombia), Ojo Público (Perú), Animal Político (México). Un directorio con más de mil medios digitales independientes latinoamericanos puede encontrarse en www.sembramedia.org/

6. El desafío decolonial

La crítica al colonialismo cultural tiene en América Latina una historia larga. Solo por mencionar algunos antecedentes: José Martí (1891) plantea que tenemos que conocer la historia de los incas antes que la de los griegos; José Carlos Mariátegui (1928) redescubre ese mundo olvidado -pero vivo y presente- para pensarlo en la política de su tiempo; Alejo Carpentier (1949) busca rescatar cosmogonías olvidadas; Franz Fanon (1952) plantea la necesidad de descolonizar las mentes como algo tan importante como la independencia de quienes todavía eran colonia; Orlando Fals Borda (1978) propone la investigación-participativa como un modo de hacer visibles saberes subalternados, considerados no científicos por la academia de tradición eurocéntrica.

Desde fines del siglo pasado, en continuidad con esta tradición y con renovado vigor, emergió en las ciencias sociales latinoamericanas una corriente crítica con lo que considera una colonialidad epistémica dominante en su interior. Autores como Aníbal Quijano (2014), Enrique Dussel (2015), Walter Dignolo (2003), Egardo Lander (2003) y Catherine Walsh (2007) han desplegado un potente movimiento intelectual en torno a la necesidad de revisar nuestra historia a contrapelo y poner en diálogo intercultural la tradición científica occidental con otras formas de saber y pensar subalternados de nuestra América, particularmente las de los pueblos originarios indígenas y afrodescendientes. La colonialidad del poder, esa que hace que los diferentes sean considerados inferiores -mujeres, indios, negros, pobres- relega también sus saberes a un lugar secundario en tanto “no científico”.

Desde esta perspectiva se retoma el debate planteado por la teoría de la dependencia, que sostenía que el subdesarrollo era consecuencia de una forma de desarrollo que nos asigna un lugar dependiente en la economía mundial (Furtado, 1964; Cardoso & Falleto, 1967). El cuestionamiento ahora es al propio concepto de desarrollo, en tanto supone un modelo civilizatorio que debe ser discutido por insustentable a nivel planetario y no deseable a nivel local: años de esfuerzo de “desarrollo” no han hecho mejor la vida de la gente, sino peor en muchos sentidos. Como sostiene Arturo Escobar (1998) la idea de que el capital, la ciencia y la tecnología solucionarán todos los problemas de la sociedad es un mito que debe ser cuestionado a fondo, entre otras cosas porque parte de la desvalorización radical de los saberes originarios de los países “subdesarrollados”.

Estos movimientos intelectuales confluyen en un cuestionamiento a la ciencia occidental como saber superior y al desarrollo como modelo civilizatorio a imitar. Bajo la denominación de decolonialidad proponen entonces pensar en proyectos civilizatorios pos desarrollo y epistemologías “otras”. Por eso en lugar de desarrollo acuden a términos como buen vivir o vivir bien, rescatados de cosmogonías indígenas, para pensar formas de vida que no apuestan al crecimiento económico continuo en busca del bienestar sino a

construcciones societales que nos permitan vivir de modos más justos, buenos y bellos, en diálogo respetuosos con los otros y con la naturaleza. Es entonces un debate epistemológico pero también político, que cuestiona también a muchos gobiernos y partidos de izquierda o progresistas que han continuado y a veces profundizado algunas de las peores prácticas del desarrollo como el “extractivismo” exportador de materias primas a bajo costo económico y alto costo ambiental, social y cultural (Lander, 2014).

El impacto se ha dejado sentir también en el campo de la comunicación. Desde esta perspectiva no alcanza tampoco con sustituir comunicación para el desarrollo por comunicación para el cambio social, porque el problema sigue siendo qué cambio. Se proponen entonces nuevos apellidos, como comunicación para el buen vivir. Me tocó participar en una discusión en torno a estos apellidos hace unos años (2011) cuando intentaba nacer, en Asunción del Paraguay, el Instituto Latinoamericano de Comunicación para el Desarrollo y hubo quienes cuestionaron el nombre y propusieron aquella alternativa. La discusión fue saldada por Juan Díaz Bordenave, quien en sus últimos años adhirió fuertemente a estas posturas críticas, pero, prefería seguir dando la batalla dentro y no fuera del concepto de desarrollo, que además permite dialogar mejor con otros desde un lenguaje común. Decía entonces:

(...) tenemos que cambiar nuestro concepto de desarrollo como un proceso centrado en aumentar la producción y el consumo ilimitado de bienes materiales. Yo propongo que pensemos en el concepto de desarrollo como la realización del potencial humano para la integración con Dios y con la naturaleza, la fraternidad y la comunión, a la belleza y la felicidad. (Díaz Bordenave, 2012, p. 19)

Más recientemente el grupo Comunicación y “decolonialidad”, que ha tenido una activa presencia en ALAIC y que tiene una base importante en el trabajo de colegas bolivianos como Erick Torrico (2016) ha buscado profundizar esta discusión. A mi juicio, sin embargo, todavía cuesta ver el diferencial específico en el terreno específicamente comunicacional, más allá de lo que el “alternativismo” ya había dado hasta el momento. Quiero proponer entonces algunas pistas de pensamiento y acción.

En primer lugar volver críticamente a Freire. Su crítica al extensionismo como invasión cultural y su propuesta de diálogo de saberes son claves para pensar el papel de la comunicación en los procesos de “desarrollo” o como quiera llamárselos. Pero hay una ambigüedad en el pensamiento freiriano en cuanto a la concepción de lo cultural. Porque junto al diálogo de saberes hay también una calificación del pensamiento de los campesinos con los que trabajaba como pensamiento ingenuo, mágico, precientífico, un pensamiento que hay que superar a través de la concientización, de una comprensión científica y objetiva de la realidad (Freire, 1973, p. 35). En ese camino puede haberse perdido la comprensión profunda de otros modos de conocer, donde lo mágico, por

ejemplo, puede ser un modo de resistir de una cultura, de un modo de vida, de un mundo de vida.

Un acercamiento posible a esos mundos son las historias mágicas que pueblan nuestros barrios urbanos o caseríos rurales: lloronas invisibles que recuerdan a tantos muertos en Colombia; oro ensangrentado por el saqueo originario y que quien intenta desenterrar muere; casas embrujadas que fueron centros de tortura durante las dictaduras militares del cono sur. Historias mágicas que, como propone Ganduglia (2008, 2015) parecen estar diciendo algo que había que escuchar y entender, sueños y pesadillas colectivas que funcionan como un inconsciente plural, historias que se repiten en muchos lugares y perduran en el tiempo, transmitidas oralmente. Hay allí un conocimiento no científico -en el sentido occidental dominante- pero necesario para comprender aspectos clave del mundo social y cultural, y para transformarlo si actuamos a partir de esa comprensión.

Otra pista interesante nos la daba en los 80 y 90 Super Barrio Gómez, un personaje mexicano que, con un traje al estilo Superman, evitaba los desalojos de familias pobres que iban a quedarse sin casa, porque la policía le tenía miedo a pesar de su aspecto ridículo de barrigón disfrazado (Roeder, 1990). Así como nuestros pueblos originarios y afro hicieron apropiaciones sincréticas del cristianismo, mezclando santos con dioses indígenas u orixás africanos, Super Barrio se apropia sincréticamente de los superhéroes mediáticos. Un pequeño operativo de re-existencia y resistencia cultural. No habrá una estrategia aquí, pero si una buena táctica, que es lo que pueden y suelen desarrollar los de abajo, diría Michel de Certeau (1996).

Una tercer acercamiento es el que proponen algunas comunidades indígenas colombianas que distinguen entre comunicación propia y comunicación apropiada. Apropiada, porque nos apropiamos de ella -dicen-, es la de la radio, la televisión, internet. Y comunicación propia es la del fogón alrededor del cual la gente conversa, la del boca a boca, de vereda en vereda.

Los sueños, las señas, los tejidos, música, símbolos, las tulpas, el fogón, las mingas, asambleas; el diálogo entre el padre y la madre, a cada instante nos están comunicando algo como un mensaje de peligro y buen camino en la cotidianidad colectiva de las comunidades. (CRIC, 2012)

O también el carnaval, que en Uruguay es un espacio para contar y cantar historias, con obras teatrales-musicales que se burlan del año que pasó y de lo que pasó en el año. Valorar la comunicación propia sin perder de vista la apropiada puede ser un modo de pensar interculturalmente la comunicación.

Finalmente hay que recordar a Luis Ramiro Beltrán en lo que fue posiblemente su último gran emprendimiento intelectual, embarcó a un grupo de investigadores bolivianos a estudiar la comunicación antes de Colón (2008), estaban estudiando los orígenes de la comunicación propia. Un buen acto

descolonizador / decolonial, que nos ayuda a ver la potencia de una comunicación que sigue estando ahí, donde se cuentan nuestras historias. Podemos intentar seguir ese camino y contarnos historias de nuestros pueblos colonizados para que circulen otros saberes, para tratar de aprender y comunicarnos de otras formas.

7. Volver a la comunicación (y darla vuelta)

Detrás de los debates históricos de medio siglo y de las tensiones más recientes emergen siempre las maneras diversas de entender la comunicación y el oficio de los comunicadores, las formas en que se ha ido construyendo nuestro campo de acción y profesional. En América Latina, quizás más que en otras partes, este campo se articuló principalmente alrededor de los medios y lo mediático, quedando en un muy segundo plano los procesos comunicacionales no mediados, la interacción directa entre personas, grupos, colectivos. Una comunicación media-céntrica que se construyó, además, desde la lógica de los medios tradicionales, en los que recuperar el diálogo no era sencillo. El universo digital abrió nuevas posibilidades y fenómenos híbridos, como la comunicación interpersonal mediada del correo electrónico o la mensajería instantánea, la acción colectiva que deviene en conectiva (Subirats, 2015). Pero esto no parece haber incidido mucho en la concepción del comunicador como transmisor / productor de medios y mensajes: ese sigue siendo su rol central en los imaginarios profesionales, en lo que se espera de él y en lo que los propios comunicadores decimos y hacemos.

Sin embargo el “alternativismo”, aún antes de la transformación digital, planteaba modelos distintos, donde el diálogo y los procesos importaban tanto o más que los productos y la transmisión. Siguiendo el énfasis que también Freire ponía en los procesos educativos -frente al énfasis en los contenidos o los resultados- se desarrollaron modelos teóricos de comunicación dialógica. Allí más que la retroalimentación (verificación de efectos para ajustar el mensaje) se propuso la pre-alimentación: esfuerzos de comprensión de los universos culturales, expectativas y temores de aquellos a quienes se busca poner en diálogo e involucrar en procesos de transformación personal y colectiva (Kaplún, 1985, p. 101).

En parte desde esta perspectiva he propuesto una definición teórico-operativa de la comunicación: producción de vínculos y sentidos (Kaplún, 2010, p. 26). Producción y no transmisión: no se transporta un objeto ya dado, los vínculos y sentidos se producen “en” la comunicación. Produce sentidos, en tanto significantes/significados, pero también en cuanto a dirección, rumbo. Sentidos que pueden ser compartidos por quienes los producen -quienes se comunican-; pueden ser aceptados o rechazados, debatidos o transformados en el proceso de comunicación. Produce vínculos entre personas, grupos y organizaciones. También entre ideas, y en ese caso remite nuevamente a la

producción de sentidos, separables solo analíticamente, porque en los vínculos se producen sentidos y los sentidos nos vinculan. Cuando se habla de problemas de comunicación en un grupo, organización, comunidad, se alude a sentidos que no se producen, no circulan, no se entienden o no se comparten, o de vínculos que se perdieron o nunca existieron. Y si se los concibe como problemas es porque hay un deseo de cambio: re-construir un vínculo, producir y hacer circular un sentido.

Así pensada la comunicación no es algo que se hace “después” y “aparte”, ni algo que se puede hacer o no. Es una dimensión de todos los procesos sociales, siempre presente, aun en el silencio. Por ello el comunicador no debe estar “al final de la línea de montaje (Massoni, 2007) para comunicar un producto, un servicio, una idea o una decisión tomada: todos ellos tienen una dimensión comunicacional que hay que considerar desde su propia concepción. Pensar y diseñar la comunicación de una organización, por ejemplo, es pensar la organización misma en sus vínculos internos y externos, en los sentidos que quiere producir y poner en circulación.

En los últimos años se han ido dando fuertes transformaciones en el campo profesional que empujan en direcciones confluyentes con esta perspectiva, especialmente a partir de su expansión hacia zonas de trabajo no vinculadas directamente a los medios. Es el caso de la comunicación organizacional o institucional que ha tenido un gran crecimiento en el mercado de trabajo profesional de la comunicación (Kaplún, 2016). Aunque también en este campo abundan aún concepciones de la comunicación trans-misivas y mediocéntricas, ha sido un ámbito propicio para la emergencia de concepciones más dialógicas (Kaplún 2012) o conversacionales (Massoni, 2007), donde los procesos interpersonales, los mediáticos y semi-mediados tienen un lugar más importante. Miradas que sitúan a la comunicación y a los comunicadores en un lugar estratégico y no solo instrumental, transversal a todos los procesos y parte ineludible de todas las decisiones clave de cualquier organización.

Esto último implica también reconocer el lugar político de la comunicación y el rol político de los comunicadores. Pero este reconocimiento no siempre se hace explícito y, al contrario, muchos comunicadores sostienen que su papel es exclusivamente técnico: plantean cómo hacer las cosas, no qué cosas deben hacerse. Este tipo de posturas -común en muchas áreas disciplinarias- encubre en realidad una postura política en favor del statu quo -sea cual sea- y un posicionamiento epistemológico funcionalista. Los “alternativistas”, al contrario, deben -o debería- explicitar su posicionamiento político epistemológico en favor de procesos sociales que avanzan buscan mayor justicia social y más democracia.

En el plano estricto de la comunicación podríamos decir que se trata de producir vínculos más solidarios y democráticos, amorosos y eficientes (la ineficiencia desgasta los procesos de cambio hasta paralizarlos). Se trata también de producir sentidos más claros, compartidos, compartibles y creativos

(las revoluciones acartonadas mueren de tristeza). Se trata, en fin, de una mirada sobre la comunicación que nos atraviesa para impulsar cambios sociales instituyentes, que cuestionan a fondo lo instituido.

Para eso, hoy, tendremos que navegar entre magia popular y tecnología digital y aprender trabajar cada vez más con ingenieros y poetas, sociólogos y antropólogos, filósofos y psicólogos. En verdad un poco de todo eso somos los comunicadores, pero nuestro campo de estudio y acción nos obliga hoy a tejer más interdisciplinariamente. Y a indisciplinar aún más nuestro oficio, en imprescindible diálogo de saberes con otros que están fuera y lejos de la academia pero tienen mucho para aportar a la comprensión y construcción de una comunicación alternativa. O muchas.

Referencias bibliográficas

- Alfaro, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Calandria
- _____. (2004). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. En *Revista Comunicación* N° 126, Caracas
- Althusser, L. (1988) [1970]. *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Barthes, R. (1991). *El imperio de los signos*. Madrid: Mondadori.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2009). *Los dueños de la palabra*. Buenos Aires: Prometro.
- Beltrán, L. R., Herrera, K., Pinto, E. & Torrico, E. (2008). *La comunicación antes de Colón. Tipos y formas en Mesoamérica y los Andes*. CIBEC, La Paz.
- Bolaño, C., Mastrini, G. & Sierra, F. (eds.) (2005). *Economía política, comunicación y cono-cimeinto: una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cardoso, F. & Faletto, E. (1967). *Dependencia y desarrollo en América Latina*. Santiago de Chile: ILPES.
- Carpentier, A. (2012) [1949]. *El reino de este mundo*. Madrid: Alianza
- CRIC, (2012). La esencia de la comunicación propia, fundamento de la política diferencial. En *Consejo Regional Indígena del Cauca*. Popayán. <httpswww.cric-colombia.org/>
- Dabas, E. (2007). *Redes sociales, familias y escuela*. Buenos Aires: Paidós.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. Universidad Iberoamericana, México.
- Dewey, J. (1975). *Democracia y educación*. Madrid: Morata.
- Díaz Bordenave, J. (2012). La comunicación y el nuevo mundo posible: logros y tendencias. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* Vol. 9 N.º 17, Sao Paulo, ALAIC. pp. 16-24
- Dorfman, A. & Mattelart, A. (2001) [1972]. *Para leer al Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo.*, Buenos Aires: Siglo XXI
- Downing, J. (ed.) (2011). *Encyclopedia of Social Movement Media*. London: Sage
- Dussel, E. (2015). *Filosofías del sur. Descolonización y transmodernidad*. Madrid: Akal
- Eco, U. (1965). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Escobar, A. (1998). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Norma.
- Fals Borda, O. (1978). Por la praxis: el problema de cómo investigar la realidad para transformarla, en Simposio Mundial de Cartagena, *Crítica y política en ciencias sociales*, Bogotá, Punta de Lanza-Universidad de Los Andes, Vol. I, pp. 209-249. 1978.
- Fannon, F. (2009) [1952]. *Piel negra, máscaras blancas.*, Madrid: AkalFesta, R. et al. (1986). *Comunicación popular y alternativa*. Buenos Aires: Ed. Paulinas.
- Freire, P. (1973) [1969]. *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Furtado, C. (1964). *Desarrollo y subdesarrollo*. Buenos Aires: Eudeba.
- Ganduglia, N. (2008). *Historias de Montevideo mágico*. Montevideo: Planeta
- _____. (2015) *Viaje de ida y vuelta al universo mágico de Cundinamarca*. Tesis de Maestría, MFAL, Montevideo.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas*, México: Grijalbo.
- Gumucio, A. (2001). *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. New York: The Rockefeller Foundation.
- Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria en América Latina. En *Medios de comunicación: el escenario iberoamericano*. Madrid: Ariel.

- _____. (2012). Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. En *Diálogos* N° 83, Lima, Felafacs.
- _____. (2013). Viejas y nuevas tradiciones en la comunicación latinoamericana. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, Vol. 10, N° 18, pp. 66-76. Sao Paulo, Alaic.
- _____. (coord.) (2015). *¿Qué radios para qué comunidades? Las radios comunitarias uruguayas después de la legalización*. Montevideo: Universidad de la República.
- _____. *Primera encuesta a Egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República*. Montevideo, FIC-UdelaR.
- _____. (2018). La investigación de la comunicación en Uruguay: construyendo un lugar en el mapa latinoamericano. En Trejo, Raúl y Crovi, Delia (coords.) *Tejiendo nuestra historia: investigación de la comunicación en América Latina*. pp. 203-230. México: UNAM.
- _____. (coord.) (2019). *¿Vivir o sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay*. Montevideo: FESUR.
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: Ciespal
- Lander, Edgardo (ed.) (2003) *Eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires, Clacso.
- _____. (2014) *El neoextractivismo como modelo de desarrollo en América Latina y sus contradicciones*. Berlín, Heinrich Böll Stiftung
- Lazarfeld, P. & Katz, E. (1979). *La Influencia personal*. Barcelona: Hispano-Europea
- Mariátegui, J. C. (2007) [1928]. *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Caracas: Biblioteca Ayacucho. [Lima, Amauta].
- Martí, J. (1891). Nuestra América. En *La Revista Ilustrada de Nueva York*. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal27/14Martí.pdf>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. México: G. Gili
- Massoni, S. (2007). *Estrategia. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario, Homo Sapiens.
- Mattelart, A. & Dorffman, A. (1972). *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI
- Merton, R. (1964). *Teoría y estructuras sociales*. México: FCE.
- Mignolo, W. (2003). *Historias locales, diseños globales. Colonialidad, pensamiento subalterno y diseños fronterizos*. Madrid: Akal.
- Pérez Guadalupe, J. L. (2017). *Entre Dios y el César. El impacto político de los evangélicos en el Perú y América Latina*. Lima. IES-KAS.
- Peruzzo, C. (1998). *Comunicação nos movimentos populares – A participação na construção da cidadania*. Petrópolis, Vozes
- Peruzzo, C., Tufté, T. & Vega, J. (eds.) (2011). *Trazos de una otra comunicación en América Latina. Prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales*. Barranquilla: Uninorte/Alaic.
- Quijano, A. (2014). *Cuestiones y horizontes. De la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. Buenos Aires: Clacso
- Roeder, H. (ed.) (1990). *De Superman a Superbarrio. Comunicación masiva y cultura popular en los procesos sociales de América Latina*. Panamá: CEASA/CIESPAL
- Rogers, E. (1962). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Schmucler, H. (1997). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos
- Segura, S. (2014). Democratización de la comunicación y nuevas leyes de radiodifusión en América Latina. Ponencia en *XII Congreso de ALAIC*, Lima. Disponible en <http://>

