

Rutas alternativas de la Comunicación

Procesos de significación social, ideología y poder

La publicación de este libro cuenta con un subsidio de la SECyT-UNC.

Correctora: Mariú Biain

Ilustración de tapa: plástica de Rafael Gottardi

© Ana Beatriz Ammann y Eva Da Porta, 2008

ISBN: 978-987-1110-76-6

Impreso en Argentina

Printed in Argentina

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Rutas alternativas de la Comunicación

Procesos de significación social, ideología y poder

Ana Beatriz Ammann y Eva Da Porta
compiladoras

Índice

Prólogo 9
Silvia N. Barei

Introducción 13
Ana B. Ammann y Eva Da Porta

CAPÍTULO I: PENSAR LO ALTERNATIVO

Lo alternativo y lo mediático, dos dimensiones para rasgar la hegemonía cultural 27
Eva Da Porta

Universidad, compromiso intelectual y demandas del mercado 45
Ana Beatriz Ammann

Comunicación alternativa en la Sociedad de la Información 57
Ignacio Barani y Pablo Hamada

CAPÍTULO II: LAS OTRAS VOCES

Alterar lo alternativo: una aproximación a la radio alternativa en América Latina 69
Pablo Ramos

Emisoras universitarias: entre la alternatividad y el mercado. La cuestión del decir desde una institución 83
Tamara Liponetzky

Audiencias de radios universitarias y alternativas en hegemonías comunicacionales 95
Paula Morales

Otra interlocución radiofónica: Radio Nacional Córdoba 109
Ana Beatriz Ammann

CAPÍTULO III:
ALTERNATIVAS EN LA EDUCACIÓN

<i>Comunicación alternativa y procesos educativos</i>	119
Eva Da Porta	
<i>El discurso mediático alternativo en (desde) la escuela</i>	127
Eduardo Pelosio	
<i>Alternativas radiofónicas para la prevención de la violencia de género en la escuela</i>	141
Paula Morales	
<i>Taller de comunicación: Una experiencia de integración y expresión para la comunidad educativa de Canteras El Sauce</i>	149
Verónica Rey García	

PRÓLOGO

CAMBIO DE SEÑALES

Silvia N. Barei

Ha resultado sugerente para mí empezar la lectura de este conjunto de ensayos de manera ordenada: es decir, desde el principio al final evitando la siempre tentadora lectura errática, saltada, invertida o en flash-back. Y lo digo por ser asidua cultora de estas lecturas cuando cualquier libro cae en mis manos. Pero en este caso, la metáfora del título *Rutas alternativas* operó el efecto inverso: me impuso como una especie de mandato de leer “en orden” lo que, a lo largo de todas las reflexiones, se concibe como diferente. Es que la primera curiosidad intelectual que este libro despierta es la discusión acerca de lo alternativo o como dicen los autores, *la alternatividad*. Sin analizarlo, llamo la atención sobre el notable desplazamiento semántico que excluye lo neutro y hace visible lo femenino.

Pues bien, el concepto de “alternatividad” posee desde el principio una fuerza explicativa que se propone dar cuenta de aspectos poco estudiados (por marginales o por nuevos) de los procesos de comunicación y por lo tanto permite una comprensión “diferente” o más bien “tensionada” (los adjetivos no son mero ornato de esta prosa) del mundo de los medios.

Concepto complejo, marcado por una historicidad sin dudas conflictiva, nos ayuda a entender cuestiones presentes en el debate acerca de los medios en las sociedades contemporáneas. En el campo de la alternatividad, los medios redefinen su relación con la técnica y la relación de los sujetos con la cultura mediante la construcción discursiva de nuevos argumentos, formatos y estéticas.

La puesta en diálogo de esta categoría central con otras, establece una especie de “cambio de señales” en una ruta que podría plagarse de equívocos: señales de naturaleza ideológica, discursiva y teórica.

El primer cambio de señales que yo puedo advertir, apunta a discutir una serie de implicaciones de la oposición alternatividad/hegemonía. Planteada como enfrentamiento, la oposición llevaría a un callejón sin salida y no permitiría continuar la ruta. Sin desconocer que ambos términos diseñan espacios de disputas culturales y políticas, algunos de los ensayos de este volumen se detienen en el modo en que interactúan entre sí complejamente en textos culturales de difícil ubicación. Los estudios demuestran que no existe una oposición absoluta entre textos que circulan en espacios hegemónicos o alternativos, sino hábitos arraigados en mayor o menor medida en prácticas vivenciadas por sujetos que van y vienen por uno y otro espacio del dial, del zapping o de todas las posibilidades de “cliqueado”. Oponerlos taxativamente implicaría adherir a una lógica de la diferencia irreductible, sentada de antemano, que llevaría a conclusiones erróneas.

Se trata más bien de observar las tensiones entre dos lógicas que se complementan en su funcionamiento social. No hay ya, en el siglo XXI, sociedades sin Medios, ni Medios que sólo respondan a la lógica de la hegemonía. La alternatividad se presenta más bien, si no malentendiendo las exposiciones de este conjunto de ensayos, como la articulación de una pluralidad de puntos de ruptura y de sutura con la hegemonía.

De allí que se perfile como importante el aporte a la redefinición de las vinculaciones entre ambos conceptos, desde un espacio intersticial donde se tensionan dimensiones complejas. Ni lo alternativo hace a la “diferencia radical” ni lo hegemónico es sólo una zona sin fisuras, articulado y orgánico, que detenta todas las formas de dominación cultural y política.

Un segundo cambio de señales apunta a clarificar el persistente malentendido que ha acechado siempre los estudios de la alternatividad: la confusión entre alternativo, popular y subalterno. Aclararlo significaría historizar largamente los tres conceptos y no es éste el propósito del libro (menos aún de estas breves palabras introductorias). Cabe señalar en todo caso, que en este momento de la reflexión intelectual los tres conviven sincrónicamente aunque den respuestas diferentes acerca de lo social. Pero en una ruta, todas las simplificaciones están a la vuelta de la esquina y el “aire de familia” para decirlo en términos de Monsivais, puede prestarse a confusiones.

La complejidad del campo que se define como “alternativo”, la presencia múltiple de lo heterogéneo en su estructuración, la trama de sus resistencias y sus negociaciones con el poder, el lugar siempre incómodo de sus intelectuales, no se somete a cualquier tipo de definición cerrada (o segura).

En este sentido, preguntarse qué tipo de saberes necesitamos para comprender mejor el mundo que nos rodea, y decidir por un modo de reflexión acerca de él, permite a los investigadores elegir un concepto clave (o categoría de análisis concreta) que se entiende central para contribuir a una comprensión profunda de las formas de la construcción social del sentido.

Es por ello que esta ruta no tiene final ni destino cierto y que “el cierre” es en realidad una bifurcación del camino que ha de continuar transitándose. Las conclusiones (provisorias, abiertas, desafiantes) plantean, como dicen Beatriz Ammann y Eva Da Porta “algunos aspectos críticos que debe enfrentar la alternatividad contemporánea a la luz del proceso económico que cobró fuerza en los 90, la concentración de medios y la coyuntura política que presentó dicho proceso como indefectible”.

INTRODUCCIÓN

LA PRODUCCIÓN MEDIÁTICA ALTERNATIVA: CONDICIONES DE POSIBILIDAD EN LA TRAMA DISCURSIVA CONTEMPORÁNEA

Ana B. Ammann y Eva Da Porta

Esta publicación es resultado del trabajo motivado por el proyecto Secyt 2006-2007 titulado *La producción mediática alternativa: condiciones de posibilidad en la trama discursiva contemporánea*. En dicho proyecto nos propusimos redefinir desde la perspectiva sociodiscursiva la categoría de *lo alternativo* a partir de su relación con la de hegemonía, en el contexto de los funcionamientos del discurso mediático, para analizar las condiciones de posibilidad de la producción alternativa en el campo de la discursividad contemporánea. Lo que sigue es un conjunto de reflexiones en torno a esta categoría que fuimos elaborando a lo largo de dos años en una instancia colectiva de debate teórico.

Tratar de entender la raíz de un modelo de acción y reflexión que viene influyendo las experiencias comunicativas en América Latina desde hace ya varias décadas, implica la necesidad de identificar el proceso histórico, los umbrales, rupturas y emergentes claves que marcaron y marcan la praxis alternativa.

Después de rastrear diferentes concepciones inscriptas en el imaginario de los procesos comunicacionales que se identifican como alternativos, populares, ciudadanos y/o comunitarios, podemos reafirmar la dificultad para establecer definiciones únicas o precisas. Sin embargo, Simpson Grinberg (1981) –en una importante antología sobre *Comunicación alternativa*– plantea, ante la necesidad de delimitar el concepto ambiguo y de variada significación, que en las distintas coyunturas conocidas y previsibles, la *piedra de toque* del carácter de un medio se cifra en su *discurso*, lo

que no significa desestimar los otros factores (estructura, régimen de propiedad) pero *sin discurso alternativo no hay medio alternativo*. Este discurso debe ser, implícita o explícitamente, por la elección de los temas, por su tratamiento y su clasificación, claramente abierto y antiautoritario.

[...] es alternativo todo medio que, en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural [...] implica una *opción frente al discurso dominante*; opción a la que confluyen, en grado variable, los sistemas de propiedad, las posibilidades de participación de los receptores [...], las fuentes de financiamiento y las redes de distribución, como elementos complementarios. (1981: 122)

Quienes reflexionamos y trabajamos en el ámbito de la comunicación social desde una perspectiva sociodiscursiva y reconocemos la emergencia de numerosas formas alternativas ligadas a transformaciones socioculturales, hemos asumido que para comprender la función de los medios de comunicación actuales y la producción social de sentido, además de las formas discursivas de los productos que nos apelan como receptores, es central comprender su sistema productivo y la relación interdiscursiva.¹ Una teoría de los discursos sociales desde la perspectiva de Verón (*La semiosis social*, 1987), construye sus objetos en el interior de una *red discursiva*, porque en el seno de una interacción, la producción de una enunciación siempre es el reconocimiento de otra, y todo reconocimiento se materializa en la producción de una enunciación. Verón llama *sistema productivo* a la articulación entre la *producción* y el *reconocimiento* en los discursos producidos. Y en ese marco no podemos aislar completamente los discursos alternativos de la red intertextual en la que se constituyen, red que necesariamente remite al funcionamiento hegemónico mediático. La *intertextualidad* designa de manera general la relación que se establece entre dos textos a partir de la inclusión de uno en otro en forma de cita o alusión o en sus formas menos explícitas a la competencia cultural e ideológica de los receptores que los vincula (Bajtin, 1982). En este caso designa la relación intertextual conflictiva y constitutiva entre discurso alternativo y discurso hegemónico que nos lleva a señalar, en tanto este último es, en parte,

¹ En general seguiremos en la definición de algunas categorías centrales la perspectiva de Eliseo Verón recogida en artículos de distintos períodos y publicada en *Fragmentos de un tejido*, 2004, Editorial Gedisa, Barcelona.

su condición de posibilidad, de inteligibilidad, de aceptabilidad y el horizonte de sentido en el que lo alternativo debe disputar las representaciones.

Preguntarnos por las condiciones de posibilidad de estos discursos nos lleva a considerar el discurso mismo, su aparición, su emergencia y su regularidad, como dice M. Foucault, para ir hacia sus “condiciones externas de posibilidad”, hacia lo que da motivo a la serie aleatoria de esos acontecimientos y que fija los límites” (1973: 45). Es decir que preguntarse por las condiciones de posibilidad de estos discursos nos permite rastrear la alternatividad de un discurso en su funcionamiento en un contexto determinado y no en sus significados ocultos o explícitos. En este marco no habría ninguna característica propia de lo alternativo, ninguna esencia que permita definir que un discurso es alternativo y otro no. Lo alternativo no estaría definido ni por el contenido de un discurso, ni por su forma, sino por el juego que ese discurso plantea con el sistema de medios. Para que un discurso sea alternativo debe disputarle al discurso mediático hegemónico el poder de nominar la realidad. En este sentido asumimos la perspectiva de Mangone (2005) que señala que algo se define como alternativo de un modo relacional y para ello es fundamental considerar cada cuerpo discursivo en relación a un contexto en particular.

La complejidad creciente del campo mediático —que se constituye en el cruce de avances tecnológicos, cambios institucionales, concentración económica creciente, profunda vinculación con sectores dominantes, transformaciones socio-culturales de las audiencias y problemáticos vínculos con los modos del ejercicio de lo político— plantea el conjunto de las condiciones en las que se desarrolla la producción mediática alternativa. Por ello, y en virtud de la perspectiva sociodiscursiva adoptada, es fundamental contemplar estos aspectos en los que se desarrolla la hegemonía discursiva, como condición de posibilidad y de existencia de los discursos que se autodenominan como alternativos. En ese contexto, es posible, entonces, considerar la producción mediática alternativa como un proceso de producción que se desenvuelve en la trama discursiva contemporánea profundamente mediatizada y en un juego intertextual conflictivo en que el funcionamiento de una hegemonía discursiva está constitutivamente definida por el poder y el mercado. El análisis de las condiciones socio políticas actuales, que definen un campo mediático fuertemente concentrado en términos económicos y profusamente diverso en términos socio-

culturales, plantea una complejidad particular para lo alternativo en tanto siempre está presente la capacidad hegemónica de cooptar las disidencias y desactivarlas naturalizándolas (Williams, 1980).

En ese marco definimos una concepción relacional problemática de lo alternativo con lo hegemónico y planteamos que un discurso mediático alternativo no se define por ningún rasgo propio sino por su funcionamiento discursivo contrahegemónico en la trama del sistema de medios actual. Este primer aspecto destaca el rasgo conflictivo y antagónico de toda práctica comunicacional alternativa e intenta poner en discusión una definición no antagónica de estos discursos, por ejemplo aquellas que identifican a lo alternativo como “otro” modo de comunicar que puede operar paralelamente al sistema hegemónico sin intentar al menos plantear una disputa.

Lo anterior nos exige, en primer lugar, describir y considerar con particular detalle los aspectos discursivos y no discursivos que condicionan y que han dejado huellas en el discurso producido. En segundo término nos lleva a retomar una perspectiva política, en el análisis del discurso, al poner el eje en aquellos aspectos que abren el juego al antagonismo y plantean algún tipo de disputa a la hegemonía discursiva mediática por lograr la legitimidad simbólica. Revisamos, en este sentido, la perspectiva de raíz gramsciana de R. Williams que, si bien puede reconocerse como matriz fundante del pensamiento sobre lo alternativo, ha sido abandonada en los últimos tiempos por concepciones que ponen el énfasis en la “otredad” como diversidad y expresión de lo multicultural para recuperar el conflicto y los antagonismos:

Una hegemonía dada es siempre un proceso. [...] Es un complejo efectivo de experiencias, relaciones y actividades que tiene límites y presiones específicas y cambiantes. [...] no se da de modo pasivo como una forma de dominación. Debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada. Asimismo, es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que de ningún modo le son propias (1980: 134).

Alternatividad y alteridad

A partir del pensamiento de Williams (1980) nos proponemos reintroducir, para la consideración de lo alternativo, la problemática del con-

flicto con lo hegemónico –considerando que esta última dimensión no se constituye como un sistema total y totalizante que manipula y controla la conciencia de los sujetos– sino que es un proceso que se va configurando y que va constituyendo las prácticas sociales, las experiencias, los sentidos de un modo siempre contingente e inacabado ². Las prácticas sociales producen y reproducen lo hegemónico, pero también operan como espacio de resistencia que impugna esa misma constitución hegemónica. En algunos casos porque el poder así lo decide, o porque ponen en juego algún aspecto central de su funcionamiento, como señala Mangone ³. Debemos apuntar que si, desde esta perspectiva sociodiscursiva, entendemos a la hegemonía “como construcción de consenso para privilegiar *una* estrategia de interpretación” por sobre “[...] las *narrativas* de una sociedad para [favorecer] una determinada forma de dominación social” (Grüner, 1998) el concepto de *alternatividad* nos puede servir para reconocer aquello que es un *residuo* del sistema pero que no lo amenaza, de aquello que, a pesar de estar en los márgenes, le disputa el espacio político discursivo en tanto pone en crisis los modos de representación hegemónicos. Lo alternativo podría considerarse en aquellas prácticas discursivas que rompen el consenso hegemónico y buscan plantear el conflicto de interpretaciones. Podría estar en los intersticios mismos de lo hegemónico o al margen, es indistinto, lo diferencial es que propone *otras* interpretaciones que *disputan, cuestionan o ponen en interdicción* las narrativas hegemónicas.

Uno de los aspectos centrales de esta problemática es la referida al sujeto del relato mediático, y las preguntas que podrían hacerse son: ¿Quién habla? ¿quién es el sujeto de la enunciación? ¿y quién es el sujeto del enunciado? Por ello consideramos fundamental analizar las *estrategias enunciativas* del discurso, los modos en que sus interlocutores entran en juego. En un discurso, sea cual fuere su naturaleza, las modalidades del decir construyen o dan forma al *dispositivo de la enunciación*. Todo soporte mediáti-

² En relación con lo que destaca Marc Angenot (1989) “[...] una hegemonía dada es siempre un proceso. [...] Es un complejo efectivo de experiencias, relaciones y actividades que tiene límites y presiones específicas y cambiantes [...] no se da de modo pasivo como una forma de dominación. Debe ser continuamente renovada, recreada, defendida y modificada. Asimismo, es continuamente resistida, limitada, alterada, desafiada por presiones que de ningún modo le son propias” (1980: 134).

³ Al respecto Mangone (2005) señala: “Algo podrá no tener la intención primera de ser alternativo y convertirse por efecto de un funcionamiento en alternativo, porque el poder lo elige [...]”.

co contiene un dispositivo de enunciación que puede analizarse también como *contrato de lectura* que plantea además de un sujeto enunciado, reglas de comprensión e inteligibilidad.

En este punto entra en juego la problemática de la alteridad, ya que los discursos alternativos deberían dar voz a aquellos grupos humanos considerados como los *otros* del discurso hegemónico. *Otros* en el doble sentido de diferentes y ajenos, otros en el sentido de extraños a las lógicas discursivas hegemónicas. Así se podría considerar a lo alternativo como un modo de *producción mediática de la alteridad* que abre posibilidades de acceso al espacio público mediático a diversos colectivos de enunciación, particularmente a sectores excluidos, a partir de estrategias discursivas que mantienen relaciones complejas con lo hegemónico. En tal caso, lo alternativo podría plantearse como una cuestión de grado y no de sustancia. Los discursos alternativos, si son contradiscursos, en algún punto operan siempre con la *torpeza de la ilegitimidad*, deben enfrentarse a los criterios de lo aceptado, del sentido común, de las bases dóxicas (Angenot, 1998: 40). Por eso consideramos que esas tensiones, disputas y conflictos de aceptabilidad social se pueden indagar en las retóricas, las tópicas, las doxas, las estrategias enunciativas, los efectos, usos y apropiaciones que ponen en juego/crisis los sentidos hegemónicos, con el fin de impugnarlos, volverlos extraños, es decir desnaturalizarlos. Para analizar lo alternativo en vínculo conflictivo con el discurso hegemónico entendido como una red discursiva dominante, es fundamental considerar, como plantea Angenot, aquellos puntos de ruptura donde se puede reconocer una *lógica otra*. Lo alternativo estaría en la heteronomía, “en aquellos hechos de discurso que se encuentran fuera de la aceptabilidad y la inteligibilidad “normal” instituidas por la hegemonía” (1998: 31) por lo cual se haría necesario analizar las luchas del discurso-objeto en relación a las temáticas, estrategias y objetos discursivos propios del discurso hegemónico.

Finalmente, ciertos discursos podrían operar como alternativos en el campo de la discursividad mediática si ponen en juego su capacidad de producir interpretaciones críticas que polemicien con los regímenes de verdad constituidos y/o institucionalizados oponiéndoles estrategias discursivas que tiendan a gestionar y a darles entidad discursiva a los “colectivos de identificación” subalternos y excluidos.

Las estrategias discursivas

Ahora bien, llegados a este punto diremos que entra en escena la problemática de la representación que le es constitutiva a estos funcionamientos discursivos. Es ahí donde se evidencia su dimensión política, puesto que —en estos procesos que instituyen como agentes del discurso a sectores subalternos o excluidos— es necesario reconocer las operatorias de atribución de palabra y de acceso al discurso que nunca son directas y siempre mediadas, por múltiples matrices. La comunicación y particularmente la comunicación mediática despliega importantes instancias y estrategias de mediación y de representación en el discurso de sujetos reales, instancias de intermediación simbólica entre el sujeto de la enunciación y el sujeto del enunciado (Eco, 1987).

En otro sentido, y siguiendo a E. Laclau (1996: 172), diremos que en todo proceso de representación no hay transparencia sino opacidad y complementariedad entre representante y representado, en tanto el representante constituye también a lo representado. Esto sobredimensiona políticamente el momento de la producción discursiva alternativa como un momento de representación que en último término se juega en las estrategias de enunciación que construye, en los sujetos que propone como interlocutores en el discurso y en los vínculos político-discursivos entre unos y otros. Éste es un aspecto central que define la productividad mediática ya sea hegemónica o alternativa, pues la toma de la palabra pública implica considerar y manejar una serie de condiciones discursivas, materiales e institucionales de gran complejidad que exigen el dominio de múltiples competencias comunicativas y dispositivos tecno-discursivos. Esta complejidad es la que nos permite señalar que lo alternativo puede considerarse como grados de alternatividad de ciertos discursos y no como una naturaleza previa a la enunciación. Por ello señalamos que es posible reconocer ciertas operatorias alternativas en algunos discursos que pueden catalogarse con claridad como pertenecientes a la lógica hegemónica mediática, a la vez que es posible reconocer en discursos que se autodenominan como alternativos ciertas operatorias más cercanas al discurso hegemónico puesto que tienden a cristalizar las identidades sociales representadas o a anular la representación construyendo estrategias de transparencia. En este punto entra en debate la figura, tan cara al periodismo liberal, de “dar voz a los que no tienen voz” como una estrategia democratizante que sin embargo

obtura y transparenta toda la serie de dispositivos discursivos que los medios desarrollan para construir ese lugar de aparente transparencia.

En torno a esta problemática de la representación en la comunicación alternativa es posible reconocer una profunda transformación en las últimas décadas. En los años 60 / 70 se dio un movimiento político de sustitución de las masas excluidas que apuntaba a contribuir al proceso de la revolución a partir de la idea de vanguardia (Casullo, 2004). Esta matriz sin embargo, todavía está presente en muchas estrategias periodísticas que tienden a sustituir a los sectores marginales a partir de una interpretación/traducción al lenguaje mediático de sus necesidades, urgencias e intereses.

En los años 80 se produce un vaciamiento de esta categoría que se suma a un viraje reformista de lo alternativo a lo “alterativo” estético, que abandona todo intento de representación política discursiva del otro excluido y se recluye en la categoría de lo distinto como extrañamiento y puesta en cuestión de las formas mediáticas. Este reformismo se consolidó en los 90 y se articuló con un desplazamiento hacia la diversidad y el fragmento, que reintrodujo a través de la problemática de los movimientos sociales la categoría de lo colectivo desconectándolo de lo social como un todo. Lo alternativo devino expresión de minorías y diversidades. Todos estos sentidos, sumados a una cierta *repolitización* del campo discursivo de los últimos años y a una emergencia de prácticas comunicativas vinculadas a los nuevos medios, conviven en los procesos de comunicación alternativa en la actualidad y en todo caso predomina uno sobre otro según el contexto, los sujetos intervinientes, las instituciones en juego y los sentidos en disputa.

De igual modo perviven como capas arqueológicas las matrices ideológicas que influyeron en su conformación teórico-política desde los años 60 y 70 vinculadas a la educación popular y liberadora de la perspectiva freireana.

Preguntarnos por lo alternativo hoy, más específicamente por las condiciones de posibilidad de producciones alternativas, implica en parte poder dar cuenta de estas capas discursivas e ideológicas, de los procesos comunicacionales y sociales que las constituyen, de los conflictos, de las luchas que plantean con la hegemonía discursiva que nos permiten ver o indagar las transformaciones que se han producido en su significado mismo, en los sujetos que lo protagonizan, en los otros que incluye y en cómo los incluye.

Para finalizar

Puestos a plantearnos los *desafíos de una producción mediática alternativa*, creemos que es imprescindible detenernos en el contexto de producción de los discursos que hoy podrían jugar un papel alternativo, contexto ligado al *poder* y a las contingencias políticas. Como plantea Mangone:

La intervención alternativa está atravesada actualmente por una serie de tensiones y desplazamientos que podrían resumirse en la crisis del concepto de vanguardia, en su relación con el Estado y con todo tipo de organizaciones, en su inscripción en políticas culturales más abarcadoras y en la crisis de estrategia política de los sujetos sociales involucrados en las prácticas (2005).

A modo de cierre planteamos algunos aspectos críticos que debe enfrentar la alternatividad contemporánea a la luz del proceso económico que cobró fuerza en los 90, la concentración de medios y la coyuntura política que presentó dicho proceso como indefectible. En esta década (Mastrini, 2005) fueron propiciadas las bases legales, políticas y económicas para la privatización y desnacionalización del patrimonio cultural argentino y para la transformación definitiva que implica la masiva irrupción del capital en el área cultural con un carácter sustitutivo de la función cultural-reproductiva del Estado. Este panorama plantea algunos puntos críticos para los fenómenos de resistencia que aparecen como alternativas al modelo neoliberal hegemónico tanto en términos económicos como comunicacionales.

- Se hace indispensable revisar críticamente la idea-eslogan de “darle voz a los que no la tienen”. La acción de imprimirle visibilidad a organizaciones y actores sociales subalternos no ha logrado transformar trascendentalmente las situaciones de injusticia y desigualdad, así como tampoco alterar las relaciones de poder. El medio como espacio de diálogo con sectores o sujetos excluidos de los medios masivos, no es suficiente como práctica alternativa, en tanto no impacta en el sistema mediático, en el conjunto de las representaciones que la sociedad tiene sobre esos actores y sus problemáticas, es decir, necesita intervenir estratégicamente en la organización

y en la proyección social de quienes luchan por transformar la realidad.

- Apostar al multiculturalismo, al pluralismo, a la heterogeneidad y a la diversidad, propiciando el mestizaje, los cruces, la accesibilidad y la inclusión, no es condición suficiente para enfrentar las desigualdades que dichas diferencias encarnan. Como plantea Carlos Mangone (2005) no se puede desplazar la disputa del eje político-cultural y las desigualdades que entraña el sistema neoliberal a la visibilidad de las diferencias.
- Una discusión sobre la perspectiva desde la cual podría pensarse lo alternativo puede ser su potencial carácter articulador en un sistema global que, en palabras de Pablo Livszyc (2005), requiere recuperar en él la historicidad de las luchas por la emancipación, favorecer en cada país la reconstrucción de la civilidad, pensando en democratizar las fronteras, que hoy existen como fuerzas de selección, exclusión y nuevas formas de división social.
- Entre las tensiones y desplazamientos de esta problemática es posible plantear dos cuestiones centrales que exigen futuros desarrollos: el análisis del acceso a la discursividad mediática de *colectivos de identificación* referentes a sectores excluidos de la hegemonía discursiva y el desarrollo y la producción académico-universitaria reflexiva y crítica de modelos teóricos y metodológicos alternativos.

Creemos que el contexto actual presenta algunas *condiciones de posibilidad* para lo alternativo que alientan a recuperar un proceso de conceptualización y práctica tanto estética como política, proponen nuevos desafíos respecto de imponer otra agenda: generar la circulación de producciones culturales diversas y plurales y reposicionar el rol de la Universidad.

Bibliografía

- Angenot, M. (1998) *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.
- Bajtin, M. (1982) *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI editores, México.

- Balibar, E. (2001) Fronteras del mundo, fronteras de la política, en revista *Sociedad N° 19*. Lumen, Buenos Aires.
- Casullo, N. (2004) Vanguardias políticas de los 60, en *Revista de Crítica Cultural N° 28*. Ed. Cuarto Propio, Santiago de Chile.
- De Ípola, E. (2005) *La bamba. Acerca del rumor carcelario*. Siglo XXI Editores, Argentina.
- Eco, U. (1987) *Lector in fabula*. Lumen, Barcelona.
- Eistenou, J. (1980) *La sobredeterminación social de los aparatos de consenso de masas*. UAM de Xochimilco, México.
- Foucault, M. (1973) *El orden del discurso*. Tusquets, Barcelona.
- Grüner, E. (1998) Foucault: Una política de la interpretación, en *Topos & Tropos N° 3*, <http://www.toposytropos.com.ar>
- Hall, S. (1980) Codificar/ Decodificar, en *Cultura, media y lenguaje*. London, Hutchinson, traducción Silvia Delfino.
- Kejval, L. (2005) *Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, populares y/o alternativas argentinas (1983-2001)*. Tesina de grado, UBA, Buenos Aires.
- Laclau, E. (1996) *Emancipación y diferencia*, Ariel, Argentina.
- Livszyc, P. (2005) América Latina ¿oportunidad histórica? en *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales N° 58*. UBA, Buenos Aires.
- Mangone, C. (2005) *Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales. Los modos de la moda en la teoría social. Diez Propuestas*. Ponencia. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales Carrera de Ciencias de la Comunicación.
- Mastrini, G. (2005) *Mucho ruido, pocas leyes*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Mata, Ma. C. (2005) *La búsqueda de alternativas 25 años después*. Ponencia. Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Reyes Matta, F. (1981) *Comunicación alternativa y desarrollo solidario ante el mundo transnacional*. ILET, México.
- Simpson Grinberg, M. (1981) (Comp.) *Comunicación alternativa y cambio social I. América Latina*. UNAM, México.
- Sol, R. (1984) *Medios masivos y comunicación popular*. Ed. Porvenir SA,

ILET, Costa Rica.

Verón, E. (1987) *La semiosis social*. Gedisa, Barcelona.

Verón, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Gedisa, Barcelona.

Vinelli, N. y Rodríguez Esperón (2004) (Comp.) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. a*. Ediciones Continente, Buenos Aires.

Williams, R. (1980) *Marxismo y literatura*. Ed. Península, Barcelona.

CAPÍTULO I:
PENSAR LO ALTERNATIVO

LO ALTERNATIVO Y LO MEDIÁTICO, DOS DIMENSIONES PARA RASGAR LA HEGEMONÍA CULTURAL

Eva Da Porta
evadaporta@yahoo.com.ar

La comunicación alternativa es un conjunto de experiencias e ideas emancipatorias asumidas por movimientos y agrupaciones sociales en Latinoamérica desde la década del 60 como una opción cultural e ideológica frente al monopolio de las comunicaciones masivas. En el presente artículo nos proponemos rescatarla como una noción que nos permite pensar críticamente las profundas transformaciones tecnoculturales ocurridas en los últimos años. Nos interesa con sus aportes realimentar y enriquecer algunas experiencias contemporáneas vinculadas a la producción y uso de medios y tecnologías que intentan enfrentar los flujos mediáticos dominantes.

La complejidad de los procesos hegemónicos que se están dando en el campo de los medios y tecnologías de la comunicación plantea un desafío de interpretación y análisis crítico para aquellos preocupados por la democratización de sus usos. Sostenemos que quienes se interesan por las prácticas de comunicación alternativa deben proponer nuevas formas de análisis del funcionamiento de la *hegemonía cultural* para desde ese lugar redireccionar sus usos en función de diagnósticos de situación críticos. Lo decimos con claridad: es urgente redefinir una concepción crítica de la comunicación alternativa que piense a estas prácticas en el marco de procesos de hegemonía cultural atravesados por la existencia de los poderes técnicos y mediáticos. Es fundamental partir de un estado de la cuestión: la hegemonía cultural está hoy sólidamente asentada sobre el paradigma tecnoinformacional que, como señala Mattelart:

[...] se ha convertido en el pivote de un proyecto geopolítico cuya función es la garantía de la reordenación geoeconómica del planeta en torno a los valores de la democracia de mercado y en un mundo unipolar (2002: 135).

En ese contexto nos proponemos reflexionar en torno al lugar que tienen hoy las experiencias de producción mediática que se denominan como *comunicación alternativa* y preguntarnos por las condiciones que las hacen posible. Perseguimos dos intereses: rescatar estas prácticas y repensar su vínculo con la reflexión teórica para poder así dimensionar sus aportes y debilidades en el presente. Nos interesa de este modo señalar algunas posibles líneas de trabajo para los futuros comunicadores preocupados por la democratización de la palabra y la imagen pública.

Desigualdad por diferencia y diferencia por lucha hegemónica

Sin una problematización acerca del poder simbólico de la industria cultural mediática, como espacio de producción y reproducción ideológica del capitalismo avanzado, no hay posibilidades de enfrentar los flujos mundiales de información siempre al servicio del mercado y poderes políticos dominantes. Para ello es fundamental una reconceptualización de lo alternativo ubicando el debate en su funcionamiento político. Se hace urgente desarrollar desde las experiencias alternativas una mirada crítica de la cultura como campo de batalla. La cultura como espacio de lucha en el que distintos grupos se debaten por la imposición del sentido, por la imposición de representaciones de la realidad social. Un espacio siempre “atravesado por relaciones de fuerzas ideológicas que [...] juegan a totalizar la hegemonía de sus representaciones del mundo [...]” (Grüner, 1998: 23).

En esa dinámica cultural, de luchas por las representaciones, es que lo alternativo puede adquirir presencia política si se propone disputar la producción de sentido, de ideas y modos de comunicar distintos. Simpson Grimberg señala que los discursos son alternativos si surgen:

[...] de la misma praxis social. Cuando se hace necesario producir mensajes que encarnen concepciones diferentes u opuestas a las que difunden los medios dominantes. Aparece entonces como parte de una

actividad que lo trasciende, vinculado al propósito de modificar en algún sentido la realidad, aunque en tal propósito se encuentre con los límites que el propio contexto le impone (1981: 115).

Siguiendo a Simpson Grinberg sostenemos como hipótesis que la comunicación alternativa debería poder reconocerse en esa brecha política en la que los discursos sociales ponen en evidencia los antagonismos políticos y se hacen manifiestas las desigualdades sociales. Por ello, lo alternativo, entendido como una formación discursiva particular, se define en su condición de disputa, de lucha al discurso mediático hegemónico más que por alguna esencia o característica propia.

La apuesta central de este trabajo es poner en el centro del debate la relación entre comunicación y política y rescatar la capacidad de confrontación y de transformación de la realidad social que pueden plantear algunas experiencias alternativas en uso de los medios.

Creemos que es necesario reubicar la reflexión acerca de la alternatividad en relación al poder ya que después de la década del 90 se despolitizó la cultura. Se debe repensar la capacidad que tiene este tipo de comunicación de resistir y poner en evidencia las situaciones de injusticia y desigualdad social y comunicacional. Como así también las posibilidades de articular diversas propuestas transformadoras de la cultura.

Esta dimensión política presente en algunas experiencias de la comunicación alternativa de los 70 y 80 –tales como radios populares, periódicos comunitarios, producciones audiovisuales críticas– se fue desdibujando rápidamente en los últimos años. De la mano de concepciones culturalistas estrechas o de miradas estetizantes, se desplazó en muchas experiencias, el eje de la intervención comunicacional. Se fue deslizado la lucha contra la *desigualdad* (social y comunicacional) a prácticas de comunicación mediáticas que postulan la afirmación y la visibilidad de las *diferencias*. Hubo un cambio notable de significativa diferencia x desigualdad. Lo *otro* a lo que aludía lo alternativo dejó de nombrar a lo excluido para comenzar a nombrar lo distinto, lo diferente, la singularidad cultural.

Creemos que este corrimiento, quizás caricaturizado aquí, no es casual sino que está en estrecha relación con las transformaciones ocurridas en la propia dinámica de la hegemonía cultural. Por la manera en que opera la cultura en el *modo de producción* de las sociedades neoliberales. Al respecto Eduardo Grüner señala, a propósito del pensamiento crítico de Jameson, que:

[...] la Cultura es hoy el *modo de producción (capitalista) como tal*: la pregnancia cultural (lingüístico-semiótica, simbólica, imaginaria, subjetiva) de las fuerzas y medios de producción básicos del capitalismo tardío y mundializado –la informática y la robótica, los medios masivos de comunicación y la publicidad y *last but not least*, el capital financiero especulativo, operando puramente con signos inmateriales– ha hecho un discurso completamente disuelto en la lógica de la producción fetichizada de mercancías un resorte constitutivo y decisivo de la propia configuración del “mundo de la vida” de los sujetos sociales (2002: 38).

El carácter de esta afirmación nos pone en la obligación de mirar críticamente las prácticas culturales que se denominan alternativas. La producción simbólica en general y la hegemonía cultural –que parece ser lo suficientemente plástica como para contener aquello que potencialmente podría destruirla– son parte de la lógica cultural del modo de producción capitalista. Por ello decimos que esta condición conflictiva de la cultura no puede obviarse a la hora de pensar lo alternativo. Pero para ello, y como ya lo dijimos al comienzo, es urgente posicionarse críticamente. ¿Qué queremos decir con esto? Lo parafraseamos a Grüner: sostener una concepción de lo sociocultural que “[...] recupera el énfasis en el carácter conflictivo, trágico, agónico y político de las prácticas simbólicas y estéticas” (2002: 162).

Las prácticas de comunicación alternativa, en toda su amplia variedad, están signadas y condicionadas desde el comienzo por esta situación. Sostenemos entonces que no pueden pensarse sino en relación (conflictiva, de tensión o de confrontación) con la hegemonía cultural en general que es su contexto y con los modos dominantes de la comunicación en particular.

Lo alternativo y su vínculo con el contexto

En ese marco de ideas, diremos que si estas experiencias de comunicación se denominan como alternativas es porque lo son respecto de lo dominante. Es porque se proponen y gestan como esa *otra* comunicación, como su alteridad, como la otredad de lo hegemónico. Ésta es nuestra primera apuesta.

Por lo tanto los criterios de *diversidad, particularismo o distinción* que en la década pasada caracterizaron y sirvieron como marca de identidad para algunas de estas prácticas no son suficientes si no plantean una posición crítica respecto del funcionamiento hegemónico de la cultura en la que emergen. Por ejemplo si una radio FM se propone difundir un tipo de música en particular, *diferente* a la que difunden el resto de las radios que comparten el dial, estaría planteando una propuesta alternativa sólo si en esa posición se expresa con claridad un espacio de disputa a la hegemonía musical que imponen el mercado y las grabadoras en las radios comerciales. Y si en esa confrontación que plantea estuviera proponiendo *otro* modo de comunicar, otro modo de construir el mensaje, de vincularse con el oyente.

Si sólo se plantea el programa alternativo como un espacio que propone un tipo de música ausente en las radios comerciales y no polemiza con ningún otro discurso radial estaría sólo afirmando un rasgo cultural particular pero no proponiendo críticamente otras realidades posibles o proponiendo otros criterios a partir de ese rasgo diferencial. El problema no es expresar las diferencias, sino celebrarlas y no articularlas políticamente en planteos más generales que contemplen la posibilidad de intervenir en la realidad y que pongan en evidencia las desigualdades y exclusiones que plantea el mercado.

En los años 90 se extendieron en nuestro país este tipo de experiencias celebratorias de la diferencia y de la afirmación de particularismos y singularidades. Con un marcado giro estetizante y emulando algunos tics de las vanguardias artísticas de otras décadas se abandonó el posicionamiento político en el campo de la cultura y la comunicación. Posicionamiento que había planteado con claridad un vasto conjunto de prácticas de comunicación mediática en Latinoamérica desde los años 60. Este corrimiento le quitó presencia cultural y significatividad a muchas experiencias que terminaron siendo consumidas y reconocidas por pequeños grupos culturales cerrados y fragmentados entre sí. Revistas y radios universitarias, publicaciones barriales, medios escolares, revistas sindicales o partidarias que fueron encontrando su lugar de existencia al margen del mercado y abriendo pequeños nichos de audiencia sin tener impacto a nivel masivo o efecto político movilizador de cualquier tipo.

Desde allí es que consideramos fundamental recuperar el carácter polémico de estas prácticas en una mirada estratégica de la comunicación

social que busque articularlas a otras experiencias culturales contrahegemónicas. Pero entonces el problema se hace más complejo, pues una práctica de comunicación mediática para ser alternativa debe plantear con claridad su confrontación con algún aspecto de la hegemonía cultural pero también debe ser un espacio de articulación social en el que otras prácticas y grupos sociales se vinculen interactuando en pos de objetivos emancipatorios compartidos. Lo que queremos decir es que las prácticas de comunicación alternativa pueden además ser espacios de articulación, espacios de mediación en el que distintos sectores excluidos puedan dialogar y expresar sus problemáticas, ideas y demandas. Ésta es quizás su función comunicativa más importante. Pero para que estas prácticas articularias sean posibles es necesario considerar aquello que las hace posible, sus condiciones de posibilidad.

El interrogante central sería: ¿Cómo es posible que una práctica de comunicación mediática opere como alternativa? Preguntarse por las condiciones de posibilidad de estos discursos, por aquello que lo posibilita, nos lleva a considerar su relación con sus “condiciones externas” como dice M. Foucault (1970: 45); a pensar los contextos en los que aparece. Por ello lo alternativo no estaría definido ni por el contenido de un discurso, ni por su forma, sino por el juego que ese discurso plantee con el sistema de medios y la discursividad social en general que hoy está atravesada irreversiblemente por los medios. La cuestión entonces es considerar la relación, el vínculo del discurso con su contexto. En este sentido asumimos la perspectiva de Mangone (2005) que señala que lo alternativo se define de un modo relacional y para ello es fundamental considerar cada cuerpo discursivo en relación a un contexto en particular. Un medio, un mensaje, una práctica serán alternativos, si plantean otras modalidades, otros sentidos otras posibilidades de comunicación de las que ofrece el contexto cultural a los distintos grupos sociales marginados o excluidos.

Este aspecto contextual es también un condicionamiento pragmático para este tipo de prácticas, pues la comunicación alternativa no puede identificarse como un modo peculiar de comunicar. Un medio es alternativo porque plantea otra modalidad de comunicar.

Sintetizando lo dicho hasta aquí diremos que la alternatividad es *relacional y contextual* porque no tiene una esencia y depende de su relación con el contexto. Por lo tanto no hay un modelo, un modo de comunicar alternativamente, no hay un modo de hacer el mensaje, ni una forma

de producirlo que sea de por sí alternativa. Hay modalidades, modos, búsquedas que van definiendo al discurso alternativo en una relación, al menos conflictiva y de disputa, con lo hegemónico. Al respecto Mangone (2005) señala “Algo podrá no tener la intención primera de ser alternativo y convertirse por efecto de un funcionamiento en alternativo, porque el poder lo elige [...]”. Esta relación de exterioridad constitutiva y conflictiva con el poder es quizás su condición de posibilidad determinante en tanto el discurso alternativo pueda establecer sentidos que discutan con los sentidos hegemónicos (Laclau en Mumby 1999: 17). A modo de ejemplo un medio gráfico que se postule como alternativo debe poder discutir, debatir la agenda mediática que imponen los medios dominantes, debe poder proponer otras temáticas y enfoques, hacer emerger puntos de vista y voces que no aparecen o no tienen lugar en los medios tradicionales. Pero también será alternativo si explora otras modalidades de comunicar que abran posibilidades inéditas y emancipatorias de acceder al espacio de lo público. Si instaura nuevos dispositivos de enunciación que permitan que actores sociales silenciados puedan acceder a ser sujetos enunciadores y no sujetos del enunciado.

Desde ese lugar la discursividad mediática alternativa es siempre una intervención política y su carácter de alternativo estaría definido siempre por condiciones que son políticas, sociales y culturales que definen que esa intervención dispute poder simbólico, lo confronte y proponga otros modos de ejercerlo.

La necesidad de repensar la comunicación alternativa

En los últimos años se han dado algunas condiciones que plantean la necesidad de repensar lo alternativo como un modo de responder desde la comunicación a los efectos nefastos de décadas de política neoliberal. La repolitización del campo cultural, sumado a las posibilidades inéditas que plantean las tecnologías de la comunicación ofrecen un panorama interesante para revalorizar este tipo de experiencias en tanto es posible reconocer, aún en aquellas que abandonan explícitamente los objetivos políticos, cierto potencial transformador de la realidad.

Tal como hemos señalado ese potencial transformador no puede pensarse al margen del funcionamiento de la hegemonía cultural, cuyo rasgo central parece ser la naturalización de los sentidos y de las modalida-

des discursivas dominantes, tal como lo planteó con claridad Stuart Hall hace varias décadas. La *hegemonía cultural*, entendida como un profuso y heteróclito conjunto de discursos provenientes de distintos espacios, ha cristalizado ciertos sentidos en torno a las tecnologías de la comunicación (TIC) que las *instauran como destino inexorable del desarrollo de la sociedad contemporánea y como panacea de la comunicación democrática y transparente*. Este imaginario construido en torno a las TIC por las fuerzas y poderes del mercado y la geopolítica les otorga el carácter de evidencia, de realidad incuestionable que, como dice Mattelart, impide discutirlos, repensarlos, debatirlas¹. Las TIC parecen ser sólo un dato de la realidad y no un dispositivo tecnopolítico que se alía y potencia a otros poderes diseminados y concentrados de modos muy complejos. En ese sentido toda experiencia de comunicación alternativa debe lidiar con ese imaginario tecnomediático. Debe proponer algunos sentidos que confronten e intenten, al menos desnaturalizar, esos sentidos cristalizados que viene asociados a usos, prácticas, doxas, retóricas y tópicos propias de las TIC. Para ello, nuestra propuesta apunta a recuperar ese cuerpo de saberes, discursos y prácticas construidos en torno al significante *comunicación alternativa*, que han ido construyendo desde hace cuatro décadas algunas experiencias de comunicación popular, comunitaria o alternativa. Lo decimos explícitamente: lo alternativo (sus ideas, modalidades y formas de comunicar) nos permite poner en crisis y desnaturalizar lo hegemónico mediático, sus imaginarios sociales dominantes profundamente cristalizados. Formas hegemónicas que muchas veces reproducen hasta las propias prácticas que se proponen como democráticas, alternativas o populares. Formas hegemónicas que se imponen como lo normal, lo aceptable y lo corriente. Es necesario y urgente pensar otros modos de comunicación, no abandonar la crítica de los modos que ya están instaurados, plantear derechos y políticas nuevas que apunten a buscar formas más equitativas y democráticas de toma de la palabra y la imagen pública. Para ello es una tarea de los comunicadores desnaturalizar lo que hay, hacer una profunda crítica ideológica de las formas estan-

¹ Mattelart señala la pregnancia de estos discursos que son el resultado de una construcción sociopolítica que oblitera cualquier cuestionamiento en torno a su funcionamiento, a su uso o intencionalidad al naturalizar estos sentidos destacando que este conjunto de ideas en torno a las tecnologías infocomunicacionales operan en el campo del sentido común, instauran un régimen de verdad que se “[...] ha instalado así al margen de las polémicas y de los debates ciudadanos” (2002: 11).

darizadas de construir los mensajes mediáticos, de repensar si lo que hay es lo que queremos o si es aún posible pensar otras formas más creativas, liberadoras, expresivas.

Entonces podemos preguntarnos por aquellos aspectos que hacen que las prácticas y discursos alternativos rasguen la hegemonía y dejen emerger una *lógica otra*, una lógica discursiva que escape a la *aceptabilidad* y *normalidad* instituidas por la hegemonía (Angenot, 1998: 30).

Desde una perspectiva sociodiscursiva, Marc Angenot llama *heteronomía / heterología* a esa hiancia, a eso que escapa de la lógica de la hegemonía. Si seguimos su planteo podemos preguntarnos: ¿De qué modos la comunicación alternativa podría ser heterónoma respecto de la hegemonía? Para ello retomaremos algunas cuestiones que al respecto plantea el autor quien además señala que la *hegemonía discursiva* no es un conjunto homeostático sino una red de sentidos y tensiones siempre dispuesta a incorporar y contener no sólo lo nuevo sino aquello que aparenta ser radicalmente distinto, a lo ¿heterónimo? Esta tensión atraviesa para nosotros toda práctica alternativa de comunicación. ¿Hasta qué punto es contrahegemónica? ¿Hasta dónde es distinta o es sólo una rareza que convive armónicamente con los modos y los flujos dominantes de la comunicación sin modificarlos?

Angenot señala que es necesario buscar la heteronomía en la periferia y en los espacios de resistencia y conflicto con la hegemonía². *Es decir que no basta con identificar una práctica o discurso como alternativos por sí mismos sino siempre en relación a la comunicación hegemónica.*³

En segundo lugar plantea que es necesario distinguir lo heterónimo (lo alternativo diríamos nosotros) de lo nuevo, original o audaz, pues siempre estas novedades se plantean desde un discurso que las hace comprensibles y que por lo tanto les da sentido. *Es decir que no basta que un discurso sea nuevo o innovador para ser alternativo sino que se hace necesario que ese discurso tenga capacidad de ruptura.*

² “[...] en una serie de grupúsculos que oponen a los valores e ideas dominantes sus ciencias, su hermenéutica social e incluso (al menos de una manera embrionaria) su estética, grupos cuyo axioma fundamental es esgrimir esa ruptura radical de la que se enorgullecen” (Angenot, 1998: 37).

³ Lo heterónimo no es una cualidad intemporal de ciertos discursos, sino un hecho histórico e “impuro” que se produce en el enfrentamiento y bajo presiones que lo vuelven ambiguo y balbuceante (Ibid.: 45).

En tercer lugar nos advierte de no llamar heteronomía (alternatividad) a lo que es sólo supervivencia de sentidos arcaicos. Por ello y siguiendo su planteo diremos que *no basta con identificar una práctica o discurso como alternativo por su carácter residual o por activar ideas del pasado, pues éstas pueden ser igual de dominantes o autoritarias que aquellas ideas del presente que el discurso alternativo folklórico pretende cambiar.*

En cuarto lugar señala que la heteronomía de un discurso o práctica debe considerarse por su propia pragmática, por su fuerza perlocutoria, por su orientación hacia destinatarios meta identificados con su influencia. *Es decir que la comunicación alternativa debe plantear otros vínculos comunicativos entre emisores y receptores, vínculos que no reproduzcan los roles cristalizados de los discursos hegemónicos.*

Finalmente Angenot señala respecto de la heteronomía que no hay en el discurso social hegemónico quiebres totales, sino rupturas, disidencias que muchas veces son primero *deslizamientos de sentido poco perceptibles*. Búsquedas que plantean encontrar un lenguaje *otro* en conflicto constante con la aceptabilidad social y la hegemonía. *Es decir que lo alternativo podría pensarse también en proceso y no como un hecho o acontecimiento discursivo estático. Como un discurso que busca otros modos de decir que muchas veces se encuentran fuera de la aceptabilidad y la “normalidad” instituidas por la hegemonía* (1998: 31).

Esta última es quizás la característica que podría articular todas las otras. Los proyectos de comunicación alternativa pueden iniciar otras búsquedas discursivas, explorando otros modos de comunicar. Modos no estandarizados por los géneros y formatos instituidos, modos que busquen poner en contacto a los sujetos que quedan excluidos por la norma mediática. Formas discursivas nuevas que les permitan tener voz e imagen propia y no ser hablados y estereotipados por aquellos que sí pueden acceder legítimamente a la palabra. En este punto alternatividad también puede vincularse a creatividad, a libertad y búsqueda expresiva.

De la aceptabilidad, lo ilegítimo y la posibilidad de pensar otros proyectos

Sin embargo estas cuestiones marcan una tensión irresoluble para los discursos alternativos, pues oponerse a lo hegemónico, trabajar con

nuevas formas no estandarizadas de comunicación implica poner en juego su capacidad de ser aceptados y entendidos por los públicos masivos. Por eso también lo alternativo puede ser pensado como una cuestión de grado y no de sustancia. Una cuestión que debe plantearse en un juego siempre inestable de disputas que alternan entre lo nuevo y lo viejo, lo local y lo general, la periferia y el centro, el cambio y la repetición. Los discursos alternativos, si son contradiscursos, en algún punto operan siempre con la *torpeza de lo ilegítimo* (Ibíd. 39) deben enfrentarse a los criterios de lo aceptado, del sentido común, de las bases dóxicas, de las estructuras repetitivas de los géneros mediáticos. Esta tensión pone en una encrucijada a las experiencias que buscan una comunicación *otra*. Deben poder hacerse comprensibles para sus destinatarios al tiempo que deben imponer esas nuevas reglas de comunicación que apuntan a transformar modos hegemónicos dominantes. Por ello creemos, junto con Mangone (2005), que este tipo de experiencias debe desarrollar una pedagogía, una estrategia de formación de nuevas competencias, sentidos y sensibilidades tanto para comunicar como para recibir. Es necesario pensar estos procesos como procesos de comunicación y educación, quizás en el sentido freireano como prácticas liberadoras, como prácticas que pongan en crisis los sentidos dominantes y propongan otros nuevos.

En la misma línea Mattelart propone desarrollar una pedagogía de apropiación ciudadana de los medios técnicos que explore otros usos y sentidos. Para ello destaca que es necesario quitarle a la noción de *alternativa* aquellos sentidos que la vinculan con posiciones tecnófobas que no tienen propuesta política alguna frente al avance mediático. Desde esta inquietud pedagógica y crítica, nos interpela con la siguiente pregunta: “[...] ¿cabe oponer proyectos sociales y otras formas de apropiación, de estas tecnologías que penetran la sociedad, frente a un proyecto que se parece cada vez más a una tecnoutopía, a un determinismo tecnomercantil?” (2002: 169).

Nuestra respuesta desde ya es afirmativa, y en ese plano es que consideramos que los espacios de formación de comunicadores, particularmente las universidades públicas, deben intentar apuntar elementos para el diseño de esos *otros* proyectos sociales respecto de las tecnologías de la comunicación. Propuestas que apunten al desarrollo de *otras* lógicas que escapen a las reglas del mercado y del proyecto geopolítico dominante cuyos sentidos, cada vez más, adquieren la naturalización de lo que apare-

ce como destino inexorable. Para ello, es fundamental revisar no sólo la naturaleza socioeconómica de los medios de comunicación, la estructura de su propiedad, las formas en que estos proyectos se articulan con otros movimientos y emergencias sociales sino también sus discursos. Los géneros que los regulan, los modos de informar, las condiciones de su funcionamiento comunicacional, los destinatarios previstos, su pragmática y fundamentalmente los contextos de producción y de recepción discursiva.

Discursos alternativos

En este punto es fundamental reconocer, como hace Simpson Grinberg, que para que haya medio alternativo, debe haber un discurso alternativo. Si el interés transformador –en el sentido emancipatorio, de *abierto y antiautoritario* (1981: 121)– es reconocible en el propio discurso, es posible reconocer un funcionamiento discursivo alternativo.

Un discurso mediático entonces jugará su capacidad de instaurar procesos de comunicación alternativa si:

- por un lado pone en juego, de diversos modos, su relación conflictiva con el sistema hegemónico de medios. Si le disputa el poder de representación y de comunicación a la hegemonía mediática e intenta escaparse de los modos dominantes de los géneros y formatos cristalizados en sus temáticas, contenidos, lógicas, narrativas y estrategias enunciativas.
- por otro lado, y en estrecha relación con lo anterior, si rompe, de diversas maneras también, con las modalidades y dinámicas de la comunicación mediada técnicamente, explorando y generando procesos educativos sobre nuevas formas de ser emisor, receptor y usuario de los medios. Si genera formas emancipatorias de uso, apropiación y producción de esos discursos.

La relación alternativo/hegemónico en el universo tecnomediático

Si reconsideramos el espacio tecnomediático como un espacio de lucha, como un espacio de antagonismo, es posible empezar a pensar desde una perspectiva crítica las dimensiones de la hegemonía que se pueden

disputar desde proyectos alternativos. Si entendemos a la hegemonía como “construcción de consenso para privilegiar una estrategia de interpretación por sobre las narrativas de una sociedad para una determinada forma de dominación social” (Grüner, 1998: 3), podemos explorar la potencia crítica que el concepto de *alternatividad* adquiere. Puede servir para reconocer aquello que es un *residuo*, un exceso, un sobrante del sistema pero que no lo amenaza, de aquello que a pesar de ser excluido, de estar en los márgenes le disputa el espacio político porque pone en crisis su modo de representación ideológica. Le disputa a lo hegemónico las narrativas y discursos que construye para explicar e interpretar la realidad.

Lo alternativo entonces, podría estar en los intersticios mismos de lo hegemónico o en los márgenes, es indistinto, lo diferencial es que propone *otras interpretaciones* de los acontecimientos, otros acontecimientos. Por este motivo y desde una perspectiva discursiva, lo alternativo también construye intencionalmente a lo hegemónico, en su propio discurso como adversario, como antagonista ya sea explícitamente en términos ideológicos o implícitamente al poner en crisis, cuestionar alguna dimensión (temática, enunciativa, narrativa, genérica) del funcionamiento mediático hegemónico.

Esto implica quizás que dejemos de considerar ciertos fenómenos mediáticos que tradicionalmente se han denominado y autodenominado alternativos, para empezar a buscar esas otras prácticas mediáticas. Prácticas que entran en el campo de lo hegemónico con interpretaciones críticas y que apuntan a “[...] destotalizar los regímenes de verdad constituidos y o institucionalizados por una cultura y retotalizarlos oponiéndolos a otras estrategias discursivas” (Grüner, 2002: 294). Esa operación, que es discursiva, es profundamente política y performativa en términos sociales pues busca transformar y violentar el *proceso de producción simbólica mediante el cual una sociedad y una época se explican a sí mismas el funcionamiento del poder*. Este rasgo polemizante se tensiona con la necesidad de la aceptabilidad discursiva y define para los discursos alternativos no sólo problemas de legitimidad sino también conflictos ideológicos, en tanto deben poner en crisis imaginarios sociales cristalizados con la fuerza del sentido común. Por ello, un discurso alternativo no puede ignorar los significados dominantes. Aquellos que se imponen como horizonte de producción de sentido y también como horizonte de lectura.

Definir la categoría de lo alternativo en el campo mediático nos lleva a pensarlo como una intervención en el campo de la cultura que apunta a cuestionar lo dado y tiende a amenazar el dominio de lo hegemónico oponiéndole otros sentidos, otras interpretaciones e identidades excluidas en el campo de la cultura.

Opacidad y crisis de la vanguardia política

La complejidad de estos procesos ideológicos que ha ido planteando la comunicación alternativa desde la década del 60, pone en juego en la actualidad dos problemas vinculados que queremos analizar para finalizar este ejercicio reconstructivo / propositivo: la opacidad de la representación política que parece hacerse más evidente en la última década y la crisis del concepto de vanguardia que se arrastra de los planteos políticos de los 60 / 70.

El discurso mediático alternativo en la actualidad se juega en las disputas por la representación de sujetos y colectivos excluidos del modelo socioeconómico-cultural imperante proponiendo *otros* sentidos en la constitución de esas identidades colectivas. Si uno se pregunta por las condiciones de posibilidad de tal discursividad debería poder comprender que un discurso que disputa la hegemonía debe provenir de un sector social, de un grupo o un colectivo que persigue alguna *reivindicación*, que reclama alguna demanda insatisfecha por el modelo político dominante. Ahora bien, para que esa demanda pueda hacerse identificable y disputar políticamente debe tener la forma de un discurso. Es decir debe ser un enunciado planteado públicamente no en términos hegemónicos sino en términos alternativos. Un enunciado cuyos sentidos más importantes peleen los sentidos con los que lo hegemónico intentará suturar, controlar u ocultar esa demanda. Ahora bien, ¿cómo es ese proceso particular en el cual un discurso, puede *darle forma a esas demandas*, representar de un modo *alternativo* esas nuevas *identidades colectivas*? (nuevas en el sentido de ser nombradas/constituidas de *otra* forma distinta a como lo hace la hegemonía cultural en un momento determinado).

No hay discurso que represente de modo transparente a su emisor, pero para lograrlo debe sortear de algún modo la operación de representación (hablar por, hablar en nombre de, hablar con, como postula Freire).

Por lo general esta instancia discursiva de toma de la palabra es poco problematizada o negada, en los discursos mediáticos. ¿Quiénes hablan? ¿Hablan todos los que quieren expresarse?, ¿pueden?, ¿saben expresarse todos los que quieren expresarse?, ¿el contenido del discurso alternativo representa a todos quienes quieren disputar la hegemonía?, ¿es posible la producción de sentido transparente donde el representante represente en su totalidad al representado?

Ahora bien, ¿cuáles son los mecanismos, las formas que van desde la reivindicación a su puesta en juego política, a su existencia discursiva? ¿Cuál es la relación del discurso con su afuera, con los sujetos que intenta representar?

En ese punto Ernesto Laclau (1993) señala respecto al proceso de representación política un doble proceso entre representante y representado, donde la representación es el proceso por el cual alguien sustituye y al mismo tiempo *encarna* al representado. En ese sentido no hay transparencia sino opacidad y complementariedad entre representante y representado, en tanto el representante constituye también a lo representado. Esto sobredimensiona políticamente el momento de la producción discursiva alternativa en tanto debe clarificar y hacer explícita esa transmisión de voluntad de los grupos a quienes representa. Debe asumir su índole política en tanto el discurso que hace visible una identidad colectiva excluida, popular, marginada termina de constituirla, termina de darle existencia social al hacerla visible, dándole una cara y una voz. En último término el tipo de representación que lleva a cabo el discurso mediático de las distintas identidades colectivas se define en las estrategias de enunciación que construye. En el tipo de sujeto que construya, en los interlocutores que instaure y en los vínculos políticos que exponga entre unos y otros. Por eso es fundamental para la experiencia de comunicación alternativa trabajar políticamente la construcción del discurso, analizar los modos de enunciación, las formas simbólicas en que se ponen en el espacio público los colectivos sociales y sus demandas, necesidades comunicativas y expresivas.

Ahora bien, el otro aspecto, la crisis del concepto de vanguardia, está estrechamente vinculado al anterior. La noción de vanguardia política, que ya no se cuestiona su relación con las bases, muchas veces está presente en este tipo de prácticas de comunicación. Ciertas producciones alternativas se cuestionan poco su relación de representación con los colectivos sociales o simplifican al máximo esta relación a partir del supuesto de

darles voz a los que no tienen voz. Posición esta última propia de sectores pequeños burgueses que se apropian de esos lugares de enunciación y se instauran como *intérpretes* o traductores de la voluntad popular. Sujetos que van a la vanguardia sólo por su formación ideológica o su trayectoria socioeducativa más legitimada que la de los sectores que *pretenden* representar. Sujetos, periodistas o comunicadores que obvian la complejidad política de ese vínculo y de modo arbitrario y poco participativo se instauran como intérpretes de los sectores populares. Quizás estos sean resabios de las vanguardias políticas de los 60/70 que intentaron obviar la representación política no sólo anticipándose a las masas, sino proponiéndose sustituirlas (Casullo, 2004: 7). Este procedimiento llevó a que la aproximación al universo de la *víctima social*, de los sectores oprimidos que hicieron los grupos intelectuales acentuaran las diferencias y generaran una situación de extrañamiento, que según Simpson Grimberg preanuncia el descompromiso de los años 80 y el movimientismo de los 90, como espacio de legitimación del discurso alternativo.

Cierre

La comunicación alternativa para ser una praxis transformadora exige a aquellos que pretenden llevarla a cabo una revisión constante de sus práctica, de sus bases conceptuales y de los sentidos cristalizados, de los sentidos comunes y las tópicos desde las cuales los grupos sociales se ven a sí mismos y se posicionan / son posicionadas en el campo social. Requiere asumir la imposibilidad de la transparencia discursiva y la problematización de ese proceso de toma de la palabra de aquellos que no tienen voz en el espacio público, o que son hablados por otros, silenciados o reprimidos. Las prácticas de comunicación mediada pueden ser alternativas si se proponen como prácticas políticas y prácticas pedagógicas. Los medios y sus discursos pueden también intentar rasgar la hegemonía si se exploran otras formas de apropiarse de sus discursos. Nuestra propuesta apunta a reconocer que lo alternativo y lo mediático no son necesariamente antagonistas, pueden conformar un par muy potente para horadar el magma cristalizado de la hegemonía.

Bibliografía

- Angenot, M (1998) *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. UNC, Córdoba.
- Casullo, N. (2004) Vanguardias políticas de los 60 en *Revista de Crítica Cultural*, N° 28. Ed. Cuarto Propio, Santiago de Chile.
- De Ípola, Emilio (2005) *La bamba. Acerca del rumor carcelario*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Foucault, M. (1970) *El orden del discurso*. Tusquets, Barcelona.
- Grüner, E. (1998) Foucault: una política de interpretación en *Revista Topos y Tropos*. N° 3, Córdoba.
- Grüner, E. (2002) *El fin de las pequeñas historias*. Paidós, Buenos Aires.
- Laclau, E. (1993) "Poder y representación" Artículo publicado originalmente en *Politics, Theory and Contemporary Culture*, editado por Mark Poster, Nueva York, Columbia University Press. Tradujo Leandro Wolfson. Disponible en www.politica.com.ar/Filosofia_politica/Poder-y-Representacion-Laclau.htm
- Mangone, C. (2005) *Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales. Los modos de la moda en la teoría social. Diez Propuestas*. Ponencia. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación.
- Mattelart, A. (2002) *Historia de la Sociedad de la Información*. Paidós, Buenos Aires.
- Mumby, Dennis (comp.) (1999) *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- Simpson Grinberg, M. (Comp.) (1981) *Comunicación alternativa y cambio social I. América Latina*. UNAM, México.

UNIVERSIDAD, COMPROMISO INTELECTUAL Y DEMANDAS DEL MERCADO

Ana Beatriz Ammann
abammann@gmail.com

Introducción

La complejidad creciente del campo mediático, los avances tecnológicos y el despotismo del mercado, la unificación de códigos que apelan al disciplinamiento de los “usuarios”, provocan mutaciones en la experiencia e impactan en la productividad discursiva de la sociedad. En este contexto, desde una común ausencia de reflexión y desestructuración de repertorios de conocimientos, creímos imprescindible detenernos en un tema que no tiene jerarquía en la currícula de las carreras de comunicación: las condiciones de producción de los discursos que hoy podrían jugar un papel alternativo.

Luego de la crisis de las vanguardias estéticas y las contingencias políticas de las últimas décadas del siglo XX, la investigación actual y ciertas tendencias de los estudios culturales –donde la comunicación tiene su protagonismo– constriñen y desproblematizan el tema de la cultura, e incluso dejan de lado la crítica a la condición cultural como parte de los análisis. Por otra parte, la profesionalización de las ciencias sociales y la conformación de un modelo academicista plantean, entre otros problemas, la disociación entre el saber académico y el compromiso político. En este trabajo nos detenemos particularmente a reflexionar sobre el rol del académico en su vínculo con esos otros mundos que dice investigar; en la articulación con la política y el valor de una perspectiva crítica frente a quienes elaboran su imagen de *intérpretes* desde el narcisismo y la aceptación de las matrices jerárquicas del sistema.

En la búsqueda de integración del modelo de vínculo con otras realidades y un pensamiento innovador y reflexivo, nos planteamos volver a la crítica ideológica y semiótica para intentar pensar en una perspectiva alternativa de investigación. Una perspectiva que pueda resituar el lugar de los medios de comunicación en el marco de los modernos procesos productivos y politizar el rol del intelectual, ubicándolo entre la teoría y la *praxis* transformadora.

La investigación actual en comunicación

La investigación en comunicación parece no poder salir del corporativismo, ni de las trampas de la institucionalización o de la separación de tareas entre saber y poder respecto de los interrogantes epistemológicos y los histórico-políticos que intentan delimitar su campo. Entre las problemáticas que subsisten está la división de las posiciones, la de los “profesionales” versus la de los “académicos”. El ámbito de las prácticas profesionales también está cruzado por una tensión en la que el polo predominante es la comunicación sometida a los discursos del mercado y las empresas, fuertemente marcado por intereses económicos; mientras que el otro polo pone el acento en el tercer sector y la comunicación popular, vinculada al nuevo asistencialismo, a la filantropía y a otras experiencias menos dependientes del mercado.

Entre los académicos están quienes defienden la búsqueda y definición de un objeto y un método específicamente comunicacional y la de quienes, mayoritariamente, se ubican en la transdisciplina o la interdisciplina, rescatando la idea de que no hay *una* ciencia de la comunicación en particular sino un conjunto de disciplinas sociales y humanísticas que aportan al campo.

El objeto de estudio se complejiza en relación con los procesos culturales y políticos desde una reflexión articulada con procesos comunicacionales, con procesos de producción de significación que lo abarcan todo. Hay quienes, como Alejandro Grimson, son pesimistas respecto de una epistemología de la comunicación: “La ilusión de que la legitimidad institucional derivará de una epistemología lleva a la fábrica del objeto y el método, una invención fracasada por su profunda artificialidad” (2003: 46).

Sin embargo, si bien las fronteras son contingentes y construidas, podemos observar con cierta preocupación que el campo las disuelve mientras se aglutina alrededor de jornadas, seminarios, congresos, bienales, federaciones y asociaciones –nacionales e internacionales–, en las que se articulan fragmentos de una comunidad académica a la que parece no interesarle ni la convergencia ni la divergencia, que ya no tiene debate, ni tradiciones de lectura que la identifiquen. Tampoco tiene lugar la interlocución en el terreno de la investigación, no hay preguntas comunes, o si las hay, son impuestas por el mercado académico y responden más a lógicas corporativas que a fines de producción y difusión del conocimiento. El mapa de la cultura académico-institucional se dibuja desde el confinamiento y la segregación a partir de un modelo en el que prima la competencia, la asignación de recursos mediante incentivos, los premios y castigos y en el cual todos somos “investigadores” incluida una importante proporción de docentes con dedicación simple.

Mientras la Universidad abre un espacio de disciplinamiento, de formación de técnicos o especialistas, nos preguntamos por la capacidad de actitud crítica del intelectual, y por la resistencia a la cancelación de los sentidos cuando el terreno de la comunicación es quizá el más conflictivo porque define hoy las formas de la sociedad, de la política, de la cultura, de la pérdida en muchos sentidos de la experiencia con lo real.

Tal como señala Verón (2001), los lugares de manifestación de los macrofuncionamientos discursivos son, en nuestras sociedades industriales, los medios. El término “medios” designa, para este autor, no solamente un dispositivo tecnológico particular sino la conjunción de un soporte y de un sistema de prácticas de utilización (producción/reconocimiento). Los medios son pues un concepto *sociológico* y no tecnológico. Respecto de la transformación de las sociedades industriales, el papel de los medios de comunicación de masas en los procesos de *mediatización* se relaciona con soportes tecnológicos cada vez más complejos, da lugar a nuevas formas de discursividad y cuestiona los sistemas de representación:

Porque la sociedad mediática, en la aceleración de ese proceso que hemos llamado la “revolución de las tecnologías de la comunicación”, cambia, todavía sin saberlo, de naturaleza: se vuelve poco a poco una sociedad *mediatizada*. Ahora bien, la *mediatización* de la sociedad industrial mediática hace estallar la frontera entre lo real de la sociedad y sus representaciones. Y lo que se comienza a sospechar es que los me-

dios no son solamente dispositivos de reproducción de un “real” al que copian más o menos correctamente, sino más bien dispositivos de *producción* de sentido (2001: 14, 15).

Desde esta perspectiva teórica, intentamos replantear el objeto de los estudios en comunicación y volver a los medios para instaurar una mirada política que permita una relación crítica entre la investigación y las prácticas, partiendo de la manera en que los medios significan en este momento de la cultura transnacional y el imperio de las nuevas tecnologías. Recuperar la dimensión comunicacional del trabajo político y relacionar el debate teórico y académico con el de las prácticas.

Hacia un modelo alternativo de intelectual

En relación con la época actual, Nicolás Casullo señala:

[...] el intelectual en el sentido clásico-moderno que podría ser un novelista como Zola, o un filósofo como Sartre, que desde su subjetividad crítica impugnaba el mundo, que tanta presencia tuvo en la cultura de Occidente, parece una figura que está en absoluto retroceso, suplantada por un intelectual técnico, asesor, profesional, columnista de periódicos o revistas, es decir por un intelectual con un lugar en el mercado (2004: 36).

El mercado de los medios en estos últimos casi 30 años nos ha demandado opiniones sobre todo, en mesas redondas, columnas, artículos; el intelectual se ha transformado en un casillero de mercado, en un nombre y apellido con cierta cotización, demandado por profesionales e instituciones para que diga lo que tiene que decir, una especie de esteta, un intelectual demiurgo.

Así como el comunicador se ha profesionalizado según las normativas del mercado, sus moldes, lógicas y demandas, la universidad se ha mimetizado con los paradigmas de la nueva escena cultural y tecnológica para responder a las pautas de la hegemonía económica neoliberal y el profesional ha perdido, en relación con estas normas, autonomía y capacidad de resistencia en el orden del pensamiento teórico-político.

Nos propusimos, de manera más específica, problematizar el debate histórico sobre las prácticas alternativas sin caer, tal como destacan Crespi

y Rodríguez Esperón (1994: 106) en los dos vicios más comunes en que incurrieron numerosos analistas interesados en este tipo de prácticas y que genéricamente estos autores denominan “romanticismo de la vanguardia” y/o “fatalismo de la integración”. Retomamos una serie de interrogantes relacionados con la posibilidad de desarrollar procesos de comunicación alternativa en el actual momento político-social y nos preguntamos por el rol del académico de las carreras de Comunicación Social, en relación con la función del profesional de los medios, sus prácticas y la viabilidad de una comunicación que se proponga transformar las estructuras sociales. Y, en consecuencia, la relación entre comunicación, sociedad civil y organizaciones sociales en el contexto de crisis y precariedad de estrategias comunitarias.

Pudimos observar que en algunas experiencias con claros objetivos comunitarios o alternativos como las de la *Radio Revés*, de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, el término *alternativo* era elegido con frecuencia para autodefinirse. Nos detuvimos en la genealogía de dicha categoría para tratar de explicar un punto de ruptura en relación con el contexto socio-histórico.

Crespi y Rodríguez Esperón señalaron *los límites que conlleva el uso de comunicación alternativa como categoría de análisis*, al escindirla del contexto histórico y social en relación con el proceso político en el que las radios sostenían las luchas revolucionarias en la clandestinidad en la década del 70, centrando su análisis particularmente en la experiencia salvadoreña y el rol de las radios *Farabundo Martí* y *Venceremos*. Los cambios en la definición del modelo durante el proceso de inserción democrático y el período de pacificación de la década de los 80 del siglo pasado, impusieron la categoría de *alterativo*. A diferencia de otros autores que entendieron que en dicha categoría había una conceptualización superadora del término alternativo, ellos remarcan la diferencia entre ambos lexemas: mientras la comunicación alternativa sólo puede desarrollarse dentro de un proyecto de transformación global de la sociedad, la intención de *alterar* se produce a través de una práctica acotada a un campo específico. En la comunicación *alterativa* las reivindicaciones del cambio social siguen en pie, pero el proyecto global se fragmenta, el medio se autonomiza cerrándose sobre sí mismo y despliega modelos de comunicación que atienden a la emisión de contenidos propios. Estas prácticas, al igual que las de muchos intelectuales *expertos* y *profetas* que actúan en el campo de la comunicación contemporánea, se desarrollan en forma aislada o confluyen en re-

des siempre acotadas a una temática específica; pretenden cambiar un estado de cosas existentes, pero sin proponerse romper necesariamente con el sistema económico-político de dominación.

Crespi y Rodríguez Esperón (1994) se hacían una pregunta en la década de los 90 que nosotros retomamos en el más complejo panorama del siglo XXI: ¿es posible modificar las condiciones de la comunicación asentándose en las instituciones que las han definido?, ¿se puede construir una nueva sociedad respetando los modos de relación ya instituidos, y en especial la forma particular impuesta por el sistema capitalista que constituye la competencia?

Y agregamos aun una pregunta más específica: ¿cuál es el rol que debería cumplir en este contexto la práctica intelectual y académica actual en la universidad? Pregunta que, a su vez, se relaciona con la necesidad de que la investigación se proponga construir teoría crítica, pero con posibilidades de aplicación, que no sólo sirva para analizar realidades sociales sino también para construir otras realidades y establecer nuevos lazos entre formación, relación con la sociedad e investigación.

Las instituciones universitarias se fueron mercantilizando, convirtiéndose en un servicio de alta rentabilidad, como proponía la Organización Mundial del Comercio, y transnacionalizándose bajo el lema de la inclusión en la “sociedad del conocimiento” y “de la información”. Se impusieron las políticas del Banco Mundial que, en base a créditos para programas especiales, limitan la autonomía y promueven investigaciones ligadas a las grandes corporaciones, investigaciones que no sólo mantienen la división entre el saber académico y el compromiso político, sino que promueven nuevas formas de *innovación y transferencia tecnológica* obviamente funcionales al modelo económico hegemónico. El ahogo presupuestario fue el mecanismo que permitió alcanzar estos cambios sin demasiada resistencia. En la universidad argentina (como en el resto del mundo) los convenios con el sector privado se expandieron en pocos años, aparecieron posgrados financiados por los beneficiarios de dicha expansión, como por ejemplo los de “agronegocios”.

Los medios de comunicación se volvieron protagónicos en la discusión de “lo público”, y con ello se potenciaron las mediaciones que definen cuáles son las problemáticas relevantes, los modelos a seguir y los caminos de futuro. Nos enteramos que a nuestros chicos el hambre los está matando, que 40% de las poblaciones rurales están en riesgo de desaparecer mientras el conurbano bonaerense tiene 16 millones de habitantes y aumenta la

dependencia de los subsidios sociales, que en 10 años 70% del suelo argentino quedará desértico si continúa la deforestación.

¿Cuál es el rol de la universidad pública respecto del análisis de estos hechos? ¿Cuál es el rol de las carreras de Comunicación Social? El silencio, negligente o premeditado, permite que se continúe instalando una idea de “desarrollo” formulada únicamente en los códigos de la economía y las políticas públicas homogeneizantes.

Creemos que no hay investigación ingenua, ni inocente, en este campo tramado por las variables académico-institucionales y de mercado —en el que el conocimiento es más flexible, aplicado, heterogéneo y “progresista”— y desde aquí nos preguntamos si es posible el acompañamiento y el compromiso con los sectores que sufren las consecuencias del modelo agro-minero-exportador actual que la universidad no discute; por ejemplo, el de quienes sufren el desplazamiento violento de sus tierras, la intoxicación con glifosato producto de la expansión sojera, etc., sectores invisibilizados o representados sesgadamente por el discurso hegemónico. Y si este acompañamiento fuera posible, desde un acto de convicción político-académico individual o grupal, cuáles serían las acciones de la institución académica y sus posibilidades de escapar a los dictados del mercado global¹.

Nicolás Casullo (2004), recuperando la historia de los años 60-70, destaca que el fenómeno de las comunicaciones y sus problemáticas se analizaba e investigaba en el marco de un tiempo tramado en lo político ideológico y con un posicionamiento del investigador en general en las afueras de cualquier marco institucional. La carrera de Comunicación, particularmente la de la Universidad de Buenos Aires en la década del 80, se discutió buscando un equilibrio entre la formación técnico-profesional para un mercado en que el egresado debía intervenir y la posibilidad de retener en el área social humanística la impronta cultural, política y crítica de la relación comunicación-sistema dominante de la cual provenían quienes la gestaron. Actualmente la relación entre intelectual y política sigue subsistiendo, pero el compromiso no se entronca con ningún proyecto colectivo, sino con un sitio de intérprete, en relación a la historia y a su conciencia sobre la condición humana y el presente.

¹ Nota de referencia: Giarracca, Norma “La Universidad del siglo XXI”, en *Página12*, 11/07/2006, Sección: *Universidad*.

Creemos que es absolutamente necesario repensar una universidad que recupere el compromiso con lo social y, en el campo particular de la comunicación, supere las tendencias exitosas de los estudios culturales que, tal como señala Casullo, nos han llevado a un momento débil de la crítica de la condición cultural y a la ausencia de rigor de análisis respecto de la *nulificación casi absoluta del valor del hombre* en las actuales circunstancias del capitalismo. Nos propusimos recuperar la pregunta sobre el rol de los medios en las luchas por la hegemonía y la construcción de consenso y aportar a la comprensión de mecanismos textuales e institucionales a través de los cuales estos funcionan ideológicamente (Hall, 1981). Recuperar, en fin, la discusión sobre la ausencia de teoría y de política, recobrar el *pensar* tanto en la docencia como en la investigación e interrogar la época desde un lugar crítico para plantear también la intervención, escindida de las prácticas de investigación, tanto como en general en el campo de la comunicación se escinden el saber “profesional” y el “académico”. Esta perspectiva exige una mirada reflexiva no sólo del objeto analítico sino de los intérpretes de la crítica, del momento tecno-académico.

Hechos de significación y dimensión ideológica

La dimensión política de las alternativas comunicacionales y una mirada global del proceso de producción de significaciones desaparece bajo una visión optimista de un conocimiento de la diversidad social, una visión reduccionista del poder y el ensayo de respuestas “alterativas” fragmentarias bajo una misma lógica massmediática o en espacios sumamente localizados y lejos del terreno de los medios masivos. Esta nueva lógica, con la expansión de los medios audiovisuales, ha afectado tanto el lugar del arte como de la política en la sociedad; el particularismo y el subjetivismo se postulan como alternativas emancipadoras y confían los juicios al consumidor y a los expertos en áreas disciplinarias zonificadas.

Si bien la exigencia no es volver a la actitud de los 70, la propuesta es recuperar la perspectiva ideológica del análisis (en el marco de la historia) como el programa mínimo de investigación cultural, rescatar la necesidad de converger hacia un enfoque teórico y metodológico complementario, que no exija una explicación total de su objeto, ni un conocimiento integral de todos sus aspectos. Se trata de diferenciar y profundizar el de-

bate entre la comunicación como *procesos de producción de significación social* y lo que es la comunicación como sistemas, dispositivos y modalidades de diseminación informativa.

En este punto el problema comunicativo es conflictivo pero interesante: las comunicaciones definen las formas societales, la forma de la política, la forma de la cultura, de nuestro propio pensar, en esa suerte de pérdida de la experiencia con lo real que señalamos como característica de la *cultura mediatizada*.

El receptor otorga significado al mensaje a partir de sus prácticas y, en este sentido, los medios significan en el espacio cultural en que se están moviendo. La categoría de receptor instala al individuo en un espacio común: el genérico de consumidor. Un mismo espacio ideológico habilita el encuentro entre el emisor y el receptor a partir de una relativa coincidencia entre mensajes y “memoria común”.

Creemos necesario volver a considerar el modo de existencia de lo ideológico en el seno de los discursos. Se trataría de lo que De Ípola (1981) recupera de la propuesta de Verón (“Vers une logique naturelle des mondes sociaux” en *Communications* N° 20 Seuil, París, 1973) respecto de la constitución de un aparato conceptual que nos permita describir los procesos de significación (discursivos y extradiscursivos) como *procesos de producción (de sentido)* es decir como *trabajo social* en el interior del conjunto productivo de una sociedad dada o de un tipo de sociedad y la constitución de un aparato conceptual que nos permita describir *procesos de producción social de discursos*.

La significación ideológica, tal como señala De Ípola, no depende de las “palabras”, ni de las figuras, que un discurso dado emplea, depende esencialmente del sentido político de las luchas llevadas por las clases y fuerzas sociales que enuncian y hacen suyo ese discurso.

No hay significación ideológica de un discurso que pueda ser captada haciendo abstracción de la articulación de dicho discurso a sus condiciones históricas y políticas de existencia; y no la hay porque esas condiciones históricas y políticas, lejos de ser simples “variables externas” de las que el análisis podría prescindir, son *constitutivas* de la significación ideológica en cuestión (De Ípola, 1981: 80).

En “Sociedad, ideología y comunicación” el mismo autor con la pretensión de presentar una “definición positiva” del concepto de *ideolo-*

gía, señala que entenderá por tal a “*las formas de existencia y de ejercicio de las luchas sociales en el dominio de los procesos sociales de producción de las significaciones*” (2005: 61). Subraya, haciendo suya la distinción de Marx:

[...] que por tales procesos de producción debe entenderse no sólo los procesos directos de producción de significaciones, sino también otros procesos, destinados especialmente a asegurar la reproducción (contradictoria) de los primeros. En el caso de la producción de significaciones distinguiremos, además del proceso directo, el proceso de circulación y el proceso de recepción, de reconocimiento o, si se quiere –para mantener la analogía económica–, de “consumo” de las significaciones (2005: 67).

Lo ideológico es *una dimensión de los hechos de significación*. Esta dimensión, según la propuesta metodológica que desarrolla el autor y que es tomada de los trabajos de E. Verón, puede ser abordada desde dos enfoques diferentes: desde el proceso directo de producción o desde el proceso de recepción. Es por ello que el análisis ideológico de un discurso, desde el lugar de la producción, consistirá en dar cuenta de las determinaciones sociales de un discurso dado, mediante el rastreo de sus “huellas”. Y en el caso de la instancia de recepción, el análisis estará enfocado en las capacidades de los discursos, en su eficacia y efectos que producen, en otras palabras al *poder* de un discurso determinado.

Por lo tanto, lo ideológico según De Ípola, designa *una doble relación; es en el interior de ese doble vínculo –que liga a su producción directa y a su recepción– que lo social se inscribe en los procesos discursivos*. Destaca, por último, el carácter eminentemente material del conjunto del proceso social de producción de los hechos de significación y, por tanto, de su dimensión ideológica.

Volver al análisis del proceso social de hechos de significación en su dimensión ideológica es parte necesaria del compromiso intelectual de quienes nos proponemos trabajar por una investigación y una comunicación alternativa. Una comunicación que desnaturalice y ayude a mirar la condición humana como efecto de acciones modificables y al sufrimiento de los excluidos no como un error o una falencia de las sociedades contemporáneas, sino como un requisito para que los incluidos puedan gozar de los beneficios de la modernidad.

Referencias bibliográficas

- AA.VV. (2004) *Viejos problemas, nuevas preguntas*. El Mate, Buenos Aires.
- Casullo, N. (2004) *Sobre la marcha*. Colihue, Buenos Aires.
- Crespi, S. y Rodríguez Esperón, C. (1994) El Salvador: de lo alternativo a lo alterativo, en revista *Causas y Azares* N° 1. Ed. El cielo por asalto, Buenos Aires.
- De Ípola, E. (1981) “Crítica a la teoría de Althusser sobre la ideología”, en *Discusión sobre ideología*. Ediciones Faces, Caracas, Venezuela.
- De Ípola, E. (2005) “Sociedad, ideología y comunicación”, en *La Bemba. Acerca del rumor carcelario*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Grimson, A. (2003) Contra una epistemología de la comunicación, en revista *Zigurat* N° 4. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Hall, S. (1981) “La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico”, en J. Curran et al., *Sociedad y comunicación de masas*. FCE, México.
- Mattelart, A. (1997) Utopía y realidades del vínculo global. Para una crítica del tecnoglobalismo, en *Diálogos de la comunicación* N° 50.
- Sarlo, B. (1993) ¿Arcaicos o marginales? Situación de los intelectuales en el fin de siglo, en *Punto de Vista* N° 47. Buenos Aires.
- Verón, E. (2001) *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Ignacio Barani y Pablo Hamada
ibarani@hotmail.com / pablohamada@gmail.com

Las tramas interdiscursivas como punto de partida

En este artículo intentamos indagar sobre las condiciones de posibilidad de algunos discursos alternativos que emergen en la llamada Sociedad de la Información. Nuestro interés estará centrado en avanzar sobre el carácter complejo del campo mediático en nuestro país y actualizar las discusiones acerca de “lo alternativo” a partir del análisis y revisión de conceptos que nos permitan delinear posibles abordajes de prácticas alternativas en el campo de la comunicación digital en la Argentina.

Estudiar la problemática de la comunicación alternativa en la trama discursiva contemporánea nos exige, entre otros aspectos, asumir una *concepción relacional* de lo alternativo con lo hegemónico. Un discurso mediático alternativo por lo tanto, no se define por ningún rasgo propio sino por su funcionamiento discursivo contrahegemónico y la complejidad de este carácter relacional nos abre un abanico de posibilidades para pensar las diferentes formas en que dichas tensiones pueden asumir¹.

Preguntarnos por los sentidos de los discursos alternativos en la Sociedad de la Información es posible en tanto lo hacemos desde una perspectiva sociodiscursiva, tal como se señala en la Introducción de esta compilación, buscando comprender el funcionamiento de su sistema produc-

¹ La perspectiva relacional para el abordaje de “lo alternativo” es desarrollado con claridad en el artículo de esta misma compilación *Lo alternativo y lo mediático dos nociones para pensar la hegemonía cultural* de Eva Da Porta.

tivo y las tramas interdiscursivas en las que se inscriben cada uno de los discursos analizados. Al mismo tiempo prestaremos especial atención a las características de las condiciones de producción de dichos discursos que se materializan especialmente en los componentes tecnológicos de los medios digitales considerados como “alternativos”.

Para analizar los discursos alternativos debemos considerar que los discursos sociales son hegemónicos en tanto nombran y atribuyen sentidos compartidos a determinadas prácticas en una red significativa específica, estableciendo un orden social en un contexto sociocultural específico. Decir esto, es reconocerles la capacidad para construir identidades específicas. De esta manera los discursos sociales hegemónicos se revisten de poder en tanto modelan a los sujetos, “regulan sus prácticas y establecen las formas según las cuales se reconocen a sí mismos” (Anzaldúa, 2001: 18).

Para abordar nuestro objeto de interés nos proponemos pensar dos dimensiones importantes en la teoría de los discursos sociales: “lo ideológico” y sus relaciones con “el poder”. Desarrollar una propuesta para pensar lo alternativo en la Sociedad de la Información es reconocerlo como un concepto cuyo sentido no está en sí mismo sino en la capacidad de disputar al discurso hegemónico su poder para instituir un orden social determinado. De lo que se trata es de poner en tensión la disputa política entre discursos hegemónicos y antagonicos que pugnan por construir modalidades de identificación social.

Reconocemos a la Sociedad de la Información como un discurso hegemónico cuya principal característica es la de ser un proyecto utópico/ideológico que se ha naturalizado en distintos tipos de propuestas políticas donde la dominación tecnológica adquiere un rango indiscutible. En este punto es insoslayable la mirada crítica de Mattelart quien señala:

Una nueva ideología que no dice su nombre se ha naturalizado y se ha visto propulsada a rango de paradigma dominante del cambio. Las creencias de las que la noción de sociedad de la información es portadora desencadenan fuerzas simbólicas que impulsan a actuar, a la vez que permiten actuar, en un determinado sentido y no en otro (2002: 12).

En otras palabras, la Sociedad de la Información, en tanto discurso hegemónico, construye significaciones que interpelan a los sujetos sociales

a identificarse con modelos identitarios específicos y por su parte, el discurso alternativo irrumpiría con sus particularidades discursivas intentando desplazar esos modelos proponiendo otros. Para Verón lo ideológico “es el sistema de relaciones de un discurso (o de un tipo de discurso) con sus condiciones de producción, cuando éstas ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento de una sociedad” (2004: 134). Asumir los discursos alternativos como contrahegemónicos da lugar, acordando con Emilio De Ípola, a la tensión por dominar los procesos sociales de producción de las significaciones (2005)².

Algunos escenarios para pensar las condiciones de producción

Tomando la idea de Mumford (1998) de que toda sociedad genera un proceso que posibilita la preparación ideológica y cultural para el surgimiento de nuevos escenarios, consideramos que la Sociedad de la Información no irrumpió en el tejido social de la nada, por el contrario, hubo un tiempo específico que fue posibilitando su aparición y forma de legitimación.

A partir de las últimas décadas del siglo XX ocurrieron cambios importantes en las instituciones sociales paradigmáticas de la modernidad. Del Estado de bienestar, planificador y empresario, al Estado mínimo, que significó la sustitución de una lógica estatal por una lógica del mercado, ocasionando una crisis de legitimidad, representatividad y gobernabilidad. A decir de Tedesco asistimos a una “crisis de las instituciones encargadas de la cohesión social” (2000: 11).

En el plano económico social las sociedades se ven fragmentadas por elites modernas integradas al intercambio global y en otro extremo, excluidos que oscilan entre la atomización social y el resguardo en tradiciones locales.

Y en lo cultural, junto con el proceso de homogeneización global, se activan prácticas sociales que re significan las particularidades locales a modo de resistencia frente a los avances de los procesos de la globalización

² Estos conceptos son desarrollados con mayor especificidad en el artículo de esta misma compilación, *Universidad, compromiso intelectual y demandas del mercado* de Beatriz Ammann.

(Tedesco, 2000), dando origen a nuevas formas en la construcción de sentidos de pertenencia a sus comunidades por parte de los sujetos.

Siguiendo la propuesta de análisis de Mumford, coincidimos con Daniel Cabrera en que las nuevas tecnologías:

[...] son un conjunto de aparatos, prácticas sociales y “nuevas realidades” (empresas y aparatos neotecnológicos, instituciones políticas, etc.) que ocupan un lugar central en las representaciones sociales del mundo, en las esperanzas, los sueños y deseos de la sociedad contemporánea (2006: 154).

El concepto de Sociedad de la Información, por lo tanto, no puede ser analizado sin pensar su dimensión ideológica. En ella se legitiman nociones tales como “progreso”, “velocidad”, “redes”, “transparencia”, “democracia” y el progreso de la humanidad ya no se postula a partir del discurso público basado en la confianza en la razón científico-técnica de la modernidad sino en los “beneficios” de los avances tecnológicos y las redes de información.

Cabrera también hace referencia a que la “crisis de la matriz simbólica contemporánea” sería propicia para analizar el surgimiento de un nuevo imaginario que destaca a la tecnología en tanto espacio imaginario central de la política y la economía:

Las tecnologías son el espacio para el optimismo temporal proveniente de la sociedad de mercado donde las necesidades individuales y sociales se encuentran en el consumo. El consumo es el lugar para tener una experiencia de futuro que alimente las esperanzas y los sueños de los individuos y la sociedad. El anunciado fin de la historia con el triunfo de un modelo social y político refuerza ese optimismo (2006: 134).

Es posible entonces identificar aquel “refuerzo optimista” que menciona Cabrera en los procesos de producción de sentido del discurso de la Sociedad de la Información, particularmente en las nuevas esperanzas y expectativas depositadas en la obtención y uso de las nuevas tecnologías. Como ejercicio basta prestar atención a estrategias discursivas que interpelean a los sujetos con nuevas formas de “conexión” y de pertenencias a nuevas y específicas “comunidades virtuales”.

Los medios en Internet: ¿existe un espacio para pensar discursos alternativos?

Si a la Sociedad de la Información le faltaba consolidar su proyecto hegemónico, el surgimiento de Internet y su rápida expansión terminó por solidificar las nociones utópicas/ideológicas que legitimaban su protagonismo global. En otras palabras, la emergencia de la Web terminó por materializar conceptos tales como “redes”, “conexión”, “encuentro”.

El consumo de Internet en nuestro país se expandió fuertemente a partir de 1997, con la reducción de costos de conexión telefónica y la de los abonos de servicio (Becerra y Mastrini, 2002). Este crecimiento estuvo acompañado por el desarrollo de las versiones digitales de los principales periódicos nacionales; entre los autores que analizaron este fenómeno podemos destacar el trabajo de Luis Albornoz (2007) o el de Pablo Boczkowski (2006), quienes coinciden en que dicha expansión residió en causas de tipo económico y tecnológico, en un intento “reactivo” de las grandes editoras por captar nuevos lectores en un formato por entonces novedoso e incierto hasta para las propias empresas.

Ciertas condiciones de producción, algunas muy vinculadas al contexto político del país en los últimos años y otras a los bajos costos de desarrollo que implican estos medios, permitieron el surgimiento de otros tipos de proyectos periodísticos digitales. M. Castells señala que Internet es más que una tecnología, es un medio de comunicación, de interacción y de organización social (Castells, 2002). Por lo tanto, el espacio de la Red también fue apropiado por sitios Web y portales periodísticos que en algunos casos se reconocieron como “alternativos”, con el fin de desarrollar nuevos espacios desde los cuales disputar los sentidos en el escenario mediático actual.

Pensar los modos de esa disputa implica asumir el carácter relacional de los discursos considerando su materialidad discursiva en articulación con sus específicas condiciones de producción que nos dicen de un contexto particular de producción (Mangone, 2005). Creemos que es posible considerar la producción mediática alternativa en el campo digital como un proceso que se desenvuelve en una trama discursiva profundamente mediatizada y en un juego intertextual determinado por el funcionamiento de una hegemonía discursiva constitutivamente definida por el poder y el mercado de la relación producción/reconocimiento.

Para pensar la complejidad del campo mediático contemporáneo en nuestro país, creemos que la noción de Sociedad de la Información nos permite reflexionar en torno a un bagaje de conceptos bajo los cuales la hegemonía discursiva ha sentado sus principales significantes. Según A. Mattelart, la idea de Sociedad de la Información se convierte en el elemento fundamental de la hegemonía mediante las tecnologías de recogida de información y agrega de forma contundente que su núcleo toma cuerpo a partir de una reorganización gerencial del mundo: “la libertad de expresión comercial condiciona la libertad de expresión de los ciudadanos” (2002: 167). A pesar de ello, en este escenario también es posible reconocer tensiones y resistencias, pequeños lugares desde los cuales se disputan espacios de poder. Por ello nos interesa, como un posible abordaje de la problemática, analizar de qué modo los discursos de estos nuevos medios se inscriben en las relaciones de fuerza, en sus diálogos y antagonismos con el discurso hegemónico y cuáles son las disputas tanto comunicativas como políticas que permitirían estos proyectos emergentes.

Una sociedad mediatizada, según E. Verón es aquella en la cual sus distintas esferas comienzan a estructurarse en relación directa con la presencia de los medios (Verón, 2001). Por ello, el concepto de Sociedad de la Información nos permite indagar nuestra problemática desde una mirada político-económica. El análisis en clave histórica de Mattelart y la reflexión sobre políticas estatales acerca de la incorporación de tecnología informática en la Argentina de Becerra y Mastrini, coinciden en que la ideología de la Sociedad de la Información no es otra que la del mercado, que se ha naturalizado y se ha visto propulsada al rango de paradigma dominante del cambio (Mattelart, 2002).

Asumimos pues, que para preguntarnos si en el contexto de las nuevas tecnologías de la información es posible la emergencia de proyectos de comunicación alternativa, será necesario considerar la existencia de una fuerte tensión entre el concepto de “alternativo” y aquellos que dan legitimidad al proyecto de la Sociedad de la Información. Si bien estos medios emergentes encuentran en Internet un nuevo espacio para disputar el campo mediático contemporáneo, coincidimos con D. Wolton (2000) en que, hasta el momento, el futuro de la Red no se encuentra principalmente en las funciones de expresión y de comunicación, sino en la información abastecedora, en el comercio electrónico a escala mundial. Becerra y Mastrini caracterizan con claridad el escenario local, en el que la coincidencia y

aplicación del salto tecnológico convergente en info-comunicación con políticas regresivas en la distribución del ingreso, sumado a la desindustrialización y la utilización del desempleo como disciplinador estructural del conjunto de las políticas económicas, tiende a condicionar los efectos tanto sociales como culturales de la diseminación de tecnologías (2002). Las redes de comunicación, agrega Mattelart (1998), representan una eterna promesa y simbolizan un mundo mejor por su “carácter solidario”. Si antes fueron las carreteras, ahora son las “autopistas de la información” y las redes los espacios en disputa.

Primeras conclusiones

Coincidimos con N. Burbules y T. Callister en que las nuevas tecnologías constituyen un fenómeno cultural y complejo, que más que unas simples herramientas que sirven para alcanzar distintos fines, imprimen un carácter relacional con los sujetos (2001). Esta concepción relacional de la tecnología deriva de reconocer, según los autores, que las elecciones en materia de uso de la misma siempre están relacionadas con un cúmulo de otras prácticas y procesos cambiantes.

Pensar en proyectos de comunicación alternativa sin dudas resulta complejo en un escenario donde la Sociedad de la Información cada vez encuentra mayores significantes que legitiman su hegemonía. Es un mapa de cambios a grandes velocidades y donde el poder del “dato” mueve cifras incalculables, al mismo tiempo que, como señala Mattelart, una ideología que no dice su nombre “se ha naturalizado”.

El mismo Mattelart planteará años más tarde que es posible otra Sociedad de la Información, no en la medida en que se abogue por el uso de las nuevas tecnologías, sino por el contrario, en la lucha por la “reapropiación” de las mismas para construir una ideología opuesta (Mattelart, 2002). El carácter de los nuevos medios que emergen para disputar el escenario mediático-informativo en la Red es también complejo y su análisis implica una perspectiva que reconozca que en las relaciones de poder, según M. Foucault (2001), las resistencias serían “el otro lado”. Pueden estar distribuidas de manera irregular y si bien su dinámica es móvil y transitoria, también generan divisiones en una sociedad, rompen unidades y provocan reagrupamientos.

Creemos que la perspectiva socio-semiótica nos brinda algunas herramientas para analizar las condiciones de producción de la Sociedad de la Información cuyo carácter de discurso hegemónico, legítima y consolida sus principales significantes. Este abordaje también nos permitiría rastrear las características que asume “lo alternativo” en los medios digitales desde una concepción relacional, asumiendo su componente ideológico y su disputa con un discurso hegemónico que constantemente reivindica a la información y la tecnología como las grandes protagonistas de nuestros tiempos.

Estamos frente a un crecimiento del campo mediático digital que todavía no ha definido sus límites y al mismo tiempo siguen consolidándose sus estrategias de legitimación. Se trata, quizás, de rescatar las discusiones acerca del concepto de alternatividad y ponerlas en tensión con las de la Sociedad de la Información, a los fines de tener a mano algunas ideas que nos permitan reconocer no sólo las estrategias del discurso hegemónico, sino también proponer otras formas posibles de nombrar lo “real”.

Bibliografía

- Alvarez-Uria, F. y Varela, J. (1997) *Genealogía y sociedad. Materiales para repensar la modernidad*. Ed. El cielo por asalto, Argentina.
- Albornoz, L. (2007) *Periodismo digital: los grandes diarios en la Red*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Anzaldúa Arce, R. y Ramírez, B. (2001) *Subjetividad y relación educativa*. UAM, México.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2002) “La Sociedad de la Información en Argentina: una mirada desde la economía política” en *Red de Comunicación Pública – Estrategias para la construcción de agenda desde las organizaciones ciudadanas*. Ed. Mimeo, Buenos Aires.
- Becerra, M. (2003) *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia y divergencia*. Ed. Norma, Buenos Aires.
- Boczkowski, P. (2006) *Digitalizar las noticias: innovación en los diarios online*. Ed. Manatíal, Buenos Aires.
- Buenfil Burgos, R. (1994) *El Cardenismo. Argumentación y antagonismo en educación*. DIE-CINVESTAV-IPN / CONACYT, México.

- Burbules, N. y Callister, T (2001) *Educación: Riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Granica, Buenos Aires.
- Castells, M. (2002) *La dimensión cultural de Internet*. Universitat Oberta de Catalunya, Disponible en www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articulos/castells0502/castells0502.html
- Cabrera, D. (2006) *Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencia y esperanzas colectivas*. Biblos, Buenos Aires.
- Casullo, N. (1999) *Itinerarios de la modernidad*. Eudeba, Buenos Aires.
- Casullo, N. (2004) Vanguardias políticas de los 60 en *Revista de Crítica Cultural* N° 2.
- De Ípola, E. (2005) *La bamba. Acerca del rumor carcelario*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Foucault, M. (2001) *Historia de la sexualidad II: el uso de los placeres*. Siglo XXI Editores, México
- Simpson Grinberg, M. (Comp.) (1981) *Comunicación alternativa y cambio social I. América Latina*. UNAM, México
- Hall, S. (1980) "Codificar/Decodificar" en *Cultura, media y lenguaje*. Hutchinson, London.
- Mattelart, A. (2002) *Historia de la Sociedad de la Información*. Paidós, Buenos Aires.
- Mattelart, A. (1998) *La mundialización de la comunicación*. Paidós, Barcelona.
- Mangone, C. (2005) *Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales. Los modos de la moda en la teoría social. Diez Propuestas*. Ponencia. UBA, Facultad de Ciencias Sociales Carrera de Ciencias de la Comunicación.
- Mastrini, G. (2005) *Mucho ruido, pocas leyes*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.
- Mastrini, G y Becerra, M. (2006) *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Ed. Prometeo, Buenos Aires.
- Mumford, L (1998) *Técnica y civilización*. Alianza, Madrid.
- Tedesco, J. (2000) *Educación en la sociedad del conocimiento*. EFE, Argentina.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social*. Gedisa, Barcelona.

- Verón, E. (2001) *El cuerpo de las imágenes*. Norma, Bogotá.
- Verón, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Gedisa, Barcelona.
- Wallerstein, I. (Comp.) (1999) *Abrir las Ciencias Sociales. Informe de la Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las Ciencias Sociales*. S. XXI, España.
- Wolton, D. (2000) *Sobrevivir a Internet*. Gedisa, Barcelona.

CAPÍTULO II:
LAS OTRAS VOCES

ALTERAR LO ALTERNATIVO: UNA APROXIMACIÓN CRÍTICA A LA RADIO ALTERNATIVA EN AMÉRICA LATINA

Pablo Ramos
pabdanram@yahoo.com.ar

Desde que Bertold Brecht (2003: 13) propuso “transformar la radio, convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación”, pasando por una constelación de importantes teóricos y una multipluralidad de experiencias radiofónicas, no cesa la urgencia de reactualizar, en un contexto dinámico, la dimensión político/cultural de la alternatividad. La gran mayoría de las radios identificadas con una “misión alternativa” están amenazadas constantemente por las difíciles condiciones económico-técnicas, por las restricciones legales de los marcos jurídicos nacionales o por la ineficacia organizativa y comunicacional. Sin embargo, al mismo tiempo, observamos la consolidación de muchos proyectos radiofónicos públicos, comunitarios, populares, y la movilización de la sociedad y sus organizaciones, que toman la palabra y la proyectan con destino transformador, o se articulan con otros espacios mediáticos.

En Latinoamérica, durante fines de la década del 70 y comienzos de los 80, surgen diversas organizaciones dispuestas a impulsar modelos políticos alternativos desde el campo de la comunicación y la cultura como ámbitos modelantes de la realidad social. Tal como lo expresaba un documento del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, en una de las tantas publicaciones que circulaban entre organizaciones internacionales dedicadas a la investigación teórica y la difusión política de las múltiples experiencias comunicativas que se desarrollaban en este continente, “la comunicación alternativa se inscribe trascendentalmente en la realidad política porque la guía una vocación alterativa, una perspectiva de cambio hacia formas democráticas y participativas” (AA.VV., 1983: 24). Es un

período histórico marcado por fuertes contrastes –los proyectos revolucionarios en Nicaragua y El Salvador, los gobiernos dictatoriales alentados por los EEUU; una reconversión económica orientada a favor de las clases poderosas– que señalan realidades dentro de las cuales la reflexión sobre el sentido de la comunicación en la sociedad se hace más estimulante y urgente, en un escenario mundial bipolar y en medio de inauditas crisis políticas y económicas.

La comunicación alternativa tuvo su auge en Latinoamérica, comprometida con los movimientos sociales y la crítica frente a la sociedad imperante. La apuesta por una organización popular y democrática articulada llenó y hasta suplió las utopías políticas de entonces. La batalla estaba planteada desde las pequeñas experiencias de las radios comunitarias campesinas hasta los proyectos comunicacionales de políticos de partidos de izquierda, organizaciones revolucionarias y movimientos nacionales y populares.

La génesis de una gran cantidad de proyectos comunicativos de carácter alternativo durante la década del 80, puede obedecer, según lo entiende Margarita Graziano (1980), al fracaso de los intentos por establecer *políticas nacionales de comunicación* de carácter democrático, basadas en los conceptos de acceso y participación, impulsando la reflexión sobre las prácticas de comunicación comunitaria, alternativa y popular.

Fue una época muy fructífera en experiencias, compromiso y reflexiones. La diversidad y riqueza de esas prácticas dificulta hablar de un modelo único de comunicación alternativa. Ésta, más bien, debe ser entendida como un proceso animado por la acción de los comunicadores.

El escenario global y las posibilidades de actuar desde un proyecto transformador cambiaron notablemente durante la década siguiente:

La caída del socialismo golpeó profundamente las experiencias que actuaban desde posiciones clasistas. Los actores de la sociedad dejaron de percibirse como sujetos contradictorios u opuestos. Los límites de lo popular se oscurecieron. A la par siguieron emergiendo procesos más amplios de globalización, y la tendencia económica hegemónica, por lo menos en el discurso, busca en primer lugar la integración social y no precisamente su oposición radical (Alfaro, 2000: 1).

Por su parte, en la Argentina, luego de la apertura democrática y el desencanto tras la ‘primavera alfonsinista’:

[...] las organizaciones políticas dejaron de acompañar la efervescente necesidad de participación y con el correr de los años esa representación se fue degradando. Éste fue uno de los motivos para el desplazamiento del campo de lo político al campo de la comunicación en su sentido más amplio. Surgieron espacios de expresión alternativos, desde publicaciones de tirada reducida, pasando por experiencias teatrales, de danza y de música, hasta llegar al fenómeno de la radio. Este movimiento fue protagonizado por jóvenes (Lamas, 1987).

En ese contexto, la atención teórica y los esfuerzos concretos de múltiples sujetos organizados y con voluntad de cambio se desplazaron hacia territorios más pequeños, se replegaron sobre sí mismos, y muchas veces quedaron acotados y marginados.

Así, los medios alternativos pasaron por interesantes procesos de búsqueda y revisiones de su propia identidad, propiciando un entramado de instituciones radiofónicas, que se proclaman alternativas, populares, ciudadanas y/o comunitarias, pero que no consiguen impactar en el sistema mediático o trasladar sus acciones y reflexiones más allá del entorno inmediato de sus comunidades. Esta situación achica los horizontes y las perspectivas de cambio para las organizaciones comprometidas con un proyecto alternativo.

Revisando algunas concepciones sobre la radio alternativa

Ante la dificultad para establecer criterios –cuya característica dinámica requiere una constante redefinición– que delimiten la alternatividad dentro del complejo campo discursivo de las radios latinoamericanas, retomamos algunas caracterizaciones que forman parte de la identidad y el deber ser de estos medios.

Por lo general, las radios alternativas y/o comunitarias han sido definidas a partir de un análisis que incluye como variables principales:

- **Lo institucional:** Incluye la propiedad colectiva de la emisora y su inserción en la comunidad a la que sirve, los modos de producción que la constituyen y sus rasgos de experimentación o profesionalización. Berlín Villafaña (2001) inscribe a estas radios, definidas como alternativas desde sus proyectos o estatutos, en la parcela menos competitiva de los sistemas de radiodifusión, circunscriptas a obje-

tivos educativos y culturales, por fuera de la tendencia dominante del entretenimiento masivo.

La experiencia de la BBC y de los modelos europeos han enfatizado el carácter generalista, plural y equitativo de las políticas de programación, pues entre sus objetivos está también funcionar como dinamizador de la calidad de la industria comercial. Mientras que se acepta que las emisoras del mercado propongan géneros masivos, se exige que las estaciones de servicio público se deslinden ofreciendo lo que no tiene entrada en esas transmisiones. Sus audiencias, en reciprocidad, representan las mismas tendencias marginales olvidando la responsabilidad social con los grandes núcleos de consumidores de programas radiofónicos (2001).

Desde lo institucional, es posible encontrar emisores que definen su práctica como inserta en el campo de la comunicación alternativa, siendo la mayor parte de las veces un simple gatopardismo motivado por las exigencias de distinción que impone un superpoblado mercado de bienes simbólicos.

- **El sentido:** Predominan los contenidos programáticos regionales, de interés comunitario y con el reflejo de la diversidad cultural de los subgrupos que forman el todo social. Para Simpson Grinberg “la piedra de toque del carácter de un medio se cifra en su contenido” (1981: 121). Esto no implica desestimar las otras variables y su influencia en distintos contextos y situaciones, “pero sin discurso alternativo no hay medio alternativo”. En esta misma línea, Lamas y Tordini exponen que, a pesar de las diferentes luchas que encarnan las radios alternativas:

[...] en la base siempre se encuentra una disputa por el sentido de la comunicación en la sociedad. Con distintas tendencias políticas-ideológicas, con tácticas y proyectos distintos pero con la intención de dar a la comunicación el espacio de la constitución de los sujetos, del intercambio, del cambio, de los valores, de una lógica que no es la del mercado sino la de la política en su sentido más perdido (2000: 273).

- **Lo dialógico:** La incorporación de mecanismos de interacción o de reversibilidad de los roles emisor-productor y receptor-productor

como dispositivo democratizador y de garantía de acceso plural de los oyentes en las emisiones de las radios. La participación como un proceso que incluye la descentralización en la toma de decisiones importantes del medio. Como revelaron Andrés Geerts y Víctor Van Oeyen a partir de un profundo estudio de las radios comunitarias latinoamericanas, son emisoras que se orientan “en la búsqueda concreta de construcción de espacios de comunicación que trascienden el propio medio al representar proyectos de vida ligados a luchas y reivindicaciones de grupos y movimientos diversos” (2001: 29). De este modo, la visión relacional sustituye las visiones de tipo instrumental. Lo que caracterizaría a los medios de comunicación alternativos es que son antimediadores, intransitivos, que fabrican intercambio, como un espacio recíproco, restituyendo la capacidad de respuesta.

- **Lo político:** La dimensión política que constituye y enmarca los procesos comunicacionales que se identifican como alternativos, es una constante a veces más presente, a veces relegada u olvidada.

La investigación latinoamericana sobre comunicación alternativa, a pesar de una línea hegemónica de interpretación y aplicación, siempre ha referido el carácter alternativo de una experiencia comunicacional a la vinculación existente entre la misma y un objetivo externo a su campo específico. Sin realizar definiciones sobre los alcances, puede decirse que el objetivo extra-comunicacional de cualquier práctica alternativa siempre ha sido el cambio de una determinada situación, la oposición al status quo (Rodríguez Esperón, 2000: 211).

Después de rastrear diferentes características semánticas inscriptas en el imaginario de los procesos comunicacionales que se identifican como alternativos, podemos reafirmar la dificultad para establecer definiciones únicas o precisas. Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón concluyen:

[...] es ya casi un lugar común plantear la falta de consenso en torno a una única definición que explique lo alternativo, hecho que ha derivado en una utilización demasiado flexible del término, capaz de contener en su seno prácticas comunicacionales de los más diversos tipos, a veces incluso contradictorias entre sí. En este sentido, conviene aclarar

que las diferencias entre las posiciones obedecen a los distintos proyectos político-culturales que las prácticas encarnan. Lo contrainformativo, lo popular, lo comunitario, lo participativo, las concepciones instrumentales o aquellas basadas en la gestión del medio; en fin, las diferentes formas de entender lo alternativo están asociadas a un proyecto más amplio del cual la práctica forma parte y sin el cual es imposible comprenderla (2004: 56).

La necesidad de escapar al error repetido en varios enfoques analíticos de enfatizar alguna variable del sistema, ya sea la propiedad del medio, la naturaleza económica, los rasgos sonoros, el fenómeno de la participación, las intencionalidades políticas, y ubicar a las otras de manera secundaria, nos lleva a “superar las tipologías unidimensionales utilizando otras concepciones que reconozcan varios elementos sistémicos y contextuales que organizados de manera diferente puedan producir prácticas diferenciadas” (Berlín Villafaña, 2001).

En su trabajo sobre las radios alternativas en la Argentina, Larisa Kejval (2005: 22) reconoce algunos hilos conductores:

En primer lugar, los conceptos de comunicación comunitaria, alternativa y popular nombran un conjunto de prácticas comunicacionales diversas (...) En segundo lugar tienen en su horizonte la transformación y/o la resistencia de los procesos sociales hegemónicos (...) En tercer lugar, y como consecuencia de lo anterior, no es posible comprender estas prácticas al margen de los contextos en los que se desarrollan, contextos que están constituidos por los procesos económicos, sociales, culturales y comunicacionales hegemónicos y por las dinámicas de las organizaciones y movimientos sociales que luchan por su transformación.

Si consideramos que lo alternativo abre posibilidades de acceso al espacio público mediático a diversos *colectivos de enunciación*, particularmente a sectores excluidos, a partir de estrategias discursivas que mantienen relaciones complejas con lo hegemónico, se plantea como una problemática central la producción de categorías analíticas y operativas, en términos teórico-metodológicos, que nos permitan contemplar la particularidad discursiva de lo alternativo en relación con las tensiones, dinámicas y desvíos que plantea respecto del discurso hegemónico, en el contexto actual.

Como definimos una concepción relacional y problemática de lo alternativo con lo hegemónico¹, se hace necesario especificar el carácter contextual de cualquier proceso de producción mediática alternativa.

La propiedad del medio, su política cultural, el modo de financiarse, las posibilidades de gestión y producción abierta y participativa, las características institucionales y organizativas, son elementos complementarios y condicionantes a lo específicamente discursivo, es decir a la producción de contenidos como una opción frente al discurso dominante. Pero la actividad discursiva alternativa se encuentra enmarcada por una praxis social que la trasciende, vinculada siempre a un proyecto de transformación política. Es decir que todo contexto social establece las condiciones de posibilidad de la experiencia alternativa. Siguiendo a Simpson Grinberg, ésta “se realiza dentro del chaleco de fuerza de la sociedad global” (1981: 125).

Lo alternativo no puede ser complementario ni marginal en términos discursivos. Debe ostentar una diferencia cualitativa, vinculado al propósito de modificar en algún sentido la realidad.

Nudos problemáticos en la comunicación alternativa contemporánea

Tras muchos años de historia, mucho esfuerzo y creatividad, lo alternativo sigue reconstituyéndose en múltiples acciones comunicativas, sigue generando reflexiones y revisiones, sigue apuntalando el deseo de construir otros nuevos caminos en la lucha por transformarnos individual y colectivamente.

Tenemos la manifiesta intención de recuperar la memoria viva de lo realizado, pero, sobre todo, la voluntad de desarrollar una crítica permanente de las rutas elegidas y los horizontes proyectados, ya que la comunicación alternativa se define en un proceso, no es un estado o modelo, es la construcción de espacios de comunicación en diversas dimensiones con una dinámica atravesada por tensiones permanentes que las experiencias van resolviendo de diferentes maneras.

A lo largo de discusiones teóricas, repaso de experiencias, observaciones y diagnósticos, hemos recorrido algunos nudos problemáticos para

¹ Ver Introducción.

el abordaje de la alternatividad en los procesos comunicacionales contemporáneos:

1. **La disolución de la lucha política y el espacio público:** La supervivencia cotidiana del proyecto comunitario, la supremacía de los sujetos y sus prácticas, resultaron en la toma de distancia frente a una reflexión teórica más profunda sobre la relación entre comunicación y sociedad, con sus armonías y conflictos.

[...] los proyectos alternativos aparecen como desorientados. El Estado apremiado, reducido y descentralizado deja de ser una referencia en la lucha por el poder. La seducción por la creación de un espacio autónomo por el que pugnan los nuevos movimientos sociales, ONG, fundaciones, etc., empieza a encontrar límites y fracturas en su proyección (Mangone, 2005).

La preponderancia del enfoque micro sobre las posibilidades/dificultades de abordar e intervenir sobre lo macro, ha conducido al abandono de una visión global de la sociedad y su destino político-económico. La democratización y la participación debían ocurrir dentro de la acción comunicativa, como en un ambiente puro que permitía no contaminarse. Se produjo el abandono de una perspectiva más amplia, más global, acompañada por posiciones defensivas, conservadoras y simplistas.

La auto-satisfacción con la pequeña experiencia, puede convertir a las radios en medios funcionales al sistema. El desafío será no sólo transmitir un discurso contrahegemónico, sino ser protagonistas de una práctica política que cuestione el actual consenso [...] Ya no alcanzará con que 'oyentes enojados con los medios' accedan a las radios, que hagan uso de sus micrófonos. El barrio, el vecino, el representante de la institución intermedia, ocupó un lugar en estos medios nuevos y la experiencia corre el riesgo de agotarse en esa ocupación pactada (Lamas, 1997).

2. **Énfasis en la visibilidad y diversidad:** Las acciones tendientes a otorgarle visibilidad a las nuevas organizaciones sociales, no han logrado impactar en las situaciones de injusticia y desigualdad, así como tampoco alterar las relaciones de poder. La idea de diálogo, la intención de "dar voz", no es condición suficiente como práctica alterna-

tiva, en tanto no tiene incidencia en el conjunto de las representaciones que la sociedad, mediatizada, tiene sobre esos actores y sus problemáticas. La comunicación alternativa necesita intervenir estratégicamente en la organización y en la proyección social de quienes luchan por transformar la realidad, más allá de las voces que pone al aire en su programación. De la misma manera que apostar al pluralismo, a la heterogeneidad y a la diversidad propiciando el mestizaje, los cruces, la accesibilidad y la inclusión, no es condición suficiente para enfrentar las desigualdades que dichas diferencias encarnan. Como plantea Carlos Mangone (2005) no se puede desplazar la disputa del eje político-cultural y las desigualdades que entraña el sistema neoliberal. La diversidad debe ser expresada como una lucha por el reconocimiento y la interacción entre distintas tramas culturales arrinconadas y amenazadas por el “leviatán electrónico” de la cultura de masas. Pero si “... la comunicación alternativa nació por las desigualdades; entre flujos informativos, entre posibilidades de expresión, entre ideologías en pugna, por los derechos de sujetos sociales censurados”, no podemos desprender el acto de poner al aire la riqueza plural de nuestras comunidades de la necesidad de cuestionar las causas de dichas desigualdades.

3. **Burocracia organizacional:** Desde los comienzos de la comunicación alternativa la necesidad de pensarse en común, de tejer relaciones entre diversas experiencias, de armar redes solidarias de intercambio y acción global ha sido una constante que ha tenido diferentes expresiones.

Atravesando crisis y “refundaciones”, momentos de mayor y menor participación de las emisoras, la red nacional nucleó a las radios centralmente en torno a la lucha por una nueva legislación en radiodifusión que las contemple. El intercambio de producciones y coberturas radiofónicas, así como el desarrollo de otras acciones comunicacionales conjuntas, correspondieron fundamentalmente a iniciativas particulares de las emisoras, en algunos casos, y de las redes internacionales, en otros. De la misma manera, los espacios compartidos en materia de formación fueron propuestos como iniciativas particulares de las radios, de las redes internacionales o bien de los centros de comunicación nacionales e internacionales (Kejval, 2005).

Pero la creación de estas redes comunicacionales, no puede quedar en mero intercambio, producción y emisión de información, sino que deberían ser parte de una construcción política que articule distintas iniciativas comunitarias, alternativas, populares y ciudadanas. Espacios institucionales como FARCO², han perdido gravitación tanto en su incidencia a nivel nacional en la agenda pública como en las realidades particulares e inmediatas de las radios que nuclea. La actividad central de esta institución se viene desarrollando en torno al derecho a la comunicación, negado y distorsionado por la ley 22.215 de la dictadura militar. En ese sentido en el 2004 elaboró un petitorio para una nueva ley democrática de radiodifusión con el apoyo de organizaciones sociales, importantes figuras de la cultura y la política, y, por supuesto, todas las emisoras pertenecientes a la red. Cabe destacar que la reducción del espectro de acción de FARCO a las declaraciones contra la discriminación legal de la que son objeto las radios comunitarias, implica renunciar a otras posibilidades de intervención en el campo de las comunicaciones nacionales, donde hay mucho por decir y más por hacer. Por otro lado, AMARC³ está viviendo actualmente una situación crítica en Latinoamérica a partir de la decisión de auto-desafiliarse que tomó la Red Venezolana de Medios Comunitarios. La controversia se originó con la negativa del Ejecutivo venezolano a renovar la Concesión a RCTV, empresa privada denunciada por gravísimas faltas a la responsabilidad social, y la creación de un nuevo canal de naturaleza pública. Ante estas resoluciones del gobierno del presidente Chávez, AMARC elaboró una Carta Abierta sobre el caso RCTV en Venezuela donde pide la revisión de las medidas tomadas y alerta sobre el abuso en la administración de las frecuencias de radio y TV por parte del ejecutivo. Más allá de las consideraciones particulares del caso, lo que se evidencia es la falta de consenso en torno a la discusión sobre los medios comunitarios y el ámbito del Estado, es decir el territorio eminentemente político de lo público.

² FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias) se crea originalmente en 1989, pero acredita varios cambios entre sus afiliados y la sigla que los agrupa.

³ Fundada en agosto de 1983, en el marco del Año Internacional de las Comunicaciones, promovido por las Naciones Unidas, 600 radiodifusores, provenientes de 36 países, se reunieron en Montreal (Canadá) y fundaron la Asociación Mundial de Artesanos de Radios Comunitarias (AMARC).

4. **Comunicación popular vs. universidad:** Subvalorar a la comunicación popular ha sido y es un fenómeno más o menos común en el mundo académico. Al mismo tiempo que desde el campo de los comunicadores comprometidos con el trabajo comunitario ha existido una negación casi absoluta de la actividad intelectual del mundo universitario. Estas recíprocas desavenencias y desconfianzas han deteriorado la relación entre la comunidad universitaria y las radios comunitarias. Es toda una paradoja que la comunicación alternativa haya marcado a fuego a muchos de los constructores del campo académico en los 60 y 70, y ahora, con la disciplina comunicativa institucionalizada y en franca expansión, no tenga un lugar destacado en las currículas, carreras y áreas de investigación. A esta situación hay que sumarle el funcionamiento autogestivo (en el peor sentido) de la universidad, que no permite intercambiar sus conclusiones con los sujetos sociales involucrados en las investigaciones.

Articular experiencias para refundar el deseo de cambio

En este mar de proyectos en construcción permanente sabemos que la única posibilidad de escaparnos del naufragio social es articular nuestros destinos, sin perder los rumbos particulares que elegimos. Denunciar la falta de articulación no implica negar la voluntad, que con grandes dificultades, intenta juntarse con otras voluntades que buscan revolucionar lo establecido. Pero el voluntarismo y las buenas intenciones por sí solas no construyen la alternativa, necesitan de un plan, de una estrategia, de un programa común, aunque sea en áreas específicas.

Comunicar es muy importante pero sin perder el horizonte político de la comunicación alternativa. La cuestión teórica sigue siendo encontrar esa *parte* de lo que hacemos en la búsqueda de la alternatividad,

[...] las obras e ideas, que aunque afectadas por los límites y las presiones de la hegemonía, constituyen (en parte) rupturas significativas respecto de ellas y, también (en parte) pueden ser neutralizadas, reducidas o incorporadas, y no obstante sus elementos más activos se manifiestan independientes y originales (Williams, 1980: 136).

Esta compleja relación entre lo hegemónico y lo alternativo requiere analizar cada caso en concreto. Un proyecto comunicativo es alternativo no por esencia o sustancia, sino por relación. Es decir que tenemos que advertir cómo funciona un contexto, un corte en el sistema de relaciones entre medios.

El relato que propone el fin de las utopías, el escepticismo y la palpable frontera del posibilismo, reduce las perspectivas de cambio en las organizaciones comprometidas con un proyecto alternativo. Es imperiosa la tarea de reconstruir la utopía, de romper la dialéctica hegemónica, de desmontar el complejo ideológico tardío moderno, de recuperar la política trasladada al plano estético, de reconocer de qué hablamos cuando hablamos de alternativas.

Sólo el diálogo crítico y la interacción política permanente de actores y organizaciones comprometidos con la transformación social pueden resolver el desafío de alterar lo establecido dentro de la compleja relación entre lo alternativo y lo hegemónico.

Bibliografía

- AA.VV. (1983) *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Chile.
- AA.VV. (2006) *El fin del periodismo y otras buenas noticias*. La vaca Editora, Buenos Aires.
- Alfaro, R. M. (2000) Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones, en revista *Calandria* N° 18. Asociación de Comunicadores Sociales, Perú.
- Berlín Villafaña, I. (2001) El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México, en *Hilo de Ariadna*. Mérida, México.
- Brecht, B. (2003). Teorías de la radio, en *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* Vol. V, N° 2.
- Geerts A. y Van Oeyen, V. (2001) *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. ALER, Ecuador.
- Graziano, M. (1980) Para una definición alternativa de la comunicación, en revista *ININCO* N° 1. Venezuela.
- Kejval, L. (2005) *Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias*,

- populares y/o alternativas argentinas (1983-2001)*. Tesina de grado. UBA.
- Lamas, E. y Tordini, X. (2000) “La máquina, la impaciencia, la chispa” en *La Tribu: Comunicación alternativa*. Ediciones La Tribu, Argentina.
- Lamas, E. (1987) *Radios comunitarias: lenguaje, características y pregunta*. Ponencia. Primer Congreso de la Lengua Española realizado en Zacatecas, México.
- Mangone, C. (2005) *Qué hay de nuevo viejo, alternatividad y clases sociales. Los modos de la moda en la teoría social*. Ponencia. UBA. Argentina.
- Rodríguez Esperón, C. (2000) “Surfeando la democracia” en *La Tribu: Comunicación alternativa*. Ediciones La tribu, Argentina.
- Simpson Grinberg, M. (1981) “Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades” en *Comunicación alternativa y cambio social*. UNAM, México.
- Vinelli, N. y Rodríguez Esperón, C. (2004) *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Ediciones Continente, Buenos Aires.
- Williams, R. (1980) *Marxismo y literatura*. Ed. Península, Barcelona, España.

EMISORAS UNIVERSITARIAS: ENTRE LA ALTERNATIVIDAD Y EL MERCADO. LA CUESTIÓN DEL DECIR DESDE UNA INSTITUCIÓN

Tamara Liponetzky
tamilipo@gmail.com

Las emisoras universitarias presentan algunos rasgos particulares que exigen cierto trabajo de análisis y clasificación para poder caracterizarlas de un modo pertinente.

I. Clasificación de las radios: problemas y límites

Esbozar una clasificación de las emisoras radiofónicas implica acordar sobre las características a considerar para distinguir unas radios de otras. Asimismo es preciso ubicar esta clasificación en un contexto socio-histórico que permita comprender los criterios utilizados y los descartados en la construcción de esas categorías.

En el caso de la radiodifusión, hasta mediados de la década del 60, las radios del mundo se ubicaban todas dentro de la misma categoría que podría llamarse, siguiendo a Ricardo Haye, “radio tradicional, generalista o convencional” (2003: 125). Desde el punto de vista de los contenidos, estas emisoras transmitían una programación general y dirigida a un espectro amplio de oyentes con intereses diversos.

Para intentar satisfacer la demanda de consumidores con gustos cada vez más definidos y en consonancia con el abandono de las teorías que veían a las audiencias como masas uniformes, se empieza a desarrollar otra manera de hacer radio que, desde la programación, intentaba acercarse un poco más a quienes escuchan.

En la década del 70 salen al aire las emisoras denominadas “radio-especializada” o “radio-fórmula”, cuya innovación principal era la transmisión de contenidos más específicos destinados a una audiencia segmentada. “Esta fragmentación abandona el paradigma de la *radio total* y va en busca de los gustos de los oyentes” (Zepeda, 2000: 23).

Sin embargo, esta distinción entre las estaciones especializadas y generalistas no puede separarse del fenómeno de absorción y concentración de medios producido globalmente, pues los grandes conglomerados multimediáticos disponen de un amplio número de emisoras, lo que les permite segmentar los públicos dentro de sus propios medios. Tampoco se pueden obviar los avances tecnológicos que permitieron y facilitaron el surgimiento de nuevas emisoras y el *boom* de las FM en la década del 80.

Además de esta primera distinción que agrupa a las emisoras por su programación, podemos también clasificar a las mismas de acuerdo a sus objetivos. Así, podemos identificar emisoras comerciales, comunitarias, universitarias y públicas.

Las radios comerciales o de libre mercado tienen fines de lucro. Su objetivo primordial es la obtención de una ganancia que se hace efectiva a través de la venta de espacios publicitarios. Ofrecen a sus patrocinadores una audiencia amplia y segmentada a la cual hacen llegar los productos y los servicios de los anunciantes. La maximización de los beneficios lleva a una programación de bajo costo pero de alto impacto en el mayor número posible de consumidores potenciales.

Por otra parte, Zepeda identifica un grupo considerable de emisoras latinoamericanas que no persiguen el fin de lucro como objetivo último y “siguen apostando a la pluralidad programática combinando géneros informativos, musicales, educativos y de entretenimiento” (2000: 23). Estas emisoras entran en la esfera de lo comercial pues muchas de ellas tienen publicidad y cobran por ella, pero no buscan generar ganancia para fines particulares sino colectivos. Dentro de esta tipología podemos ubicar a las emisoras universitarias, las populares y las comunitarias.

Las radios comunitarias, populares y regionales podrían ser encuadradas bajo una lógica diferente de la del mercado, además, podemos detectar en ellas un claro posicionamiento político crítico de los medios comerciales, privados, o públicos que dejan de lado las necesidades de los sectores más relegados de los ciudadanos. Abogan por el libre flujo comu-

nicacional y el derecho de las minorías a expresarse. Algunas de ellas no poseen estatuto legal y la lucha por el otorgamiento de licencias se constituye en un modo de competir con las emisoras comerciales en igualdad de condiciones.

Debemos destacar en este sentido, la lucha de las radios comunitarias nucleadas por FARCO, que en 2005 lograron derogar el artículo 45 de la Ley de Radiodifusión que prohibía el otorgamiento de licencias a entidades sin fines de lucro. En esa oportunidad, el fallo de la Corte Suprema de la Nación afirmó que el artículo 45 implica “una irrazonable limitación al derecho de expresarse libremente y de asociarse o no hacerlo”. Esta situación permitió otorgar reconocimiento legal a radios comunitarias, religiosas, de organizaciones no gubernamentales, que hasta ese momento eran consideradas ilegales o “truchas” como se denominó al fenómeno de estas emisoras que surgió en la década del 80.

Zepeda señala la necesidad de definir con claridad qué entendemos por radios comunitarias pues muchas veces instituciones como partidos políticos y entidades religiosas, entre otras, toman partido de esta nomenclatura y la utilizan como espacio de adoctrinamiento. En este sentido destacamos la dificultad de las clasificaciones que tienden a igualar bajo un mismo nombre radios que, a veces, tienen más diferencias que características en común.

También en la misma clasificación ingresan las emisoras públicas que son aquellas que están financiadas por el Estado, es decir que su fuente principal de ingresos no surge de la publicidad, sino del presupuesto estatal en sus versiones nacional, provincial o municipal. Pueden comercializar espacios publicitarios pero estos no aportan el porcentaje mayoritario del sostenimiento de la emisora.

Las radios públicas originariamente estaban orientadas a la difusión de la cultura, de las artes en general y a propender a la defensa de una “identidad nacional” en todo el territorio de la república. En la actualidad, muchas de ellas se han convertido en un espacio para la publicidad de los actos del gobierno de turno y no siempre garantizan la pluralidad de voces y opiniones.

Por último, también se distinguen por sus objetivos las emisoras universitarias, que se originaron para divulgar en la población los conocimientos generados en las casas de altos estudios. Esta función educativa está presente en la actualidad aunque también es ineludible el contexto de

mercado en el que estas emisoras deben insertarse. Además, deben cumplir la función de representar a las instituciones de las que forman parte, como así también dirigirse a la población universitaria aunque no exclusivamente.

II. Emisoras universitarias argentinas

Hablar sobre radios universitarias implica reconocer el doble carácter de estas emisoras, es decir que al ser medios de comunicación están abarcados por la inestable situación de todo el espacio de la comunicación argentina, administrada y regulada desde un alto nivel de discrecionalidad, en un contexto legislativo débil. Además, el carácter universitario designa también distintas concepciones de universidad que conviven en una categorización imprecisa, que confunde y lleva a homologar en un rótulo homogeneizador una categorización relativa y sólo analizable en un contexto.

Resulta pertinente aquí retomar la clasificación de Daniel Prieto Castillo en torno al carácter de las emisoras universitarias:

- Las emisoras denominadas “cultas” sólo se ocupan de llevar a la comunidad (sea ésta la comunidad universitaria o la sociedad en general) lo que se considera lo más selecto de la cultura.
- Las emisoras “científicas” apuestan a una labor de presentación de lo que genera la universidad, en lo relativo a producción intelectual, poniendo al aire el producto de reflexiones e investigaciones de los docentes.
- La versión “popular” abre los micrófonos a distintos grupos para que puedan expresar sus situaciones y la tendencia es hacia la denuncia de las desigualdades y de las contradicciones.
- Y por último la versión mimética se asimila a las comerciales que existen en la zona y busca competir con ellas apelando a los mismos recursos.

Si bien las clasificaciones siempre implican una restricción y tal vez, el excesivo encuadramiento dentro de las categorías planteadas, consideramos pertinente la propuesta de Prieto Castillo pues nos permite identificar

ciertas diferencias entre las emisoras que se ubican dentro de sus respectivas comunidades universitarias. Esto también refiere a distintas visiones de universidad como institución marco dentro de la cual cada emisora se ubica y a la vez representa.

Según Rincón Rodríguez:

Una emisora universitaria cumple, más que funciones educativas, actividades de imagen de marca para la institución. Se convierte en una forma de presentación de la universidad hacia la comunidad y busca que la academia sea reconocida, identificada y percibida por todos (2006: 21).

III. Marco regulatorio y contexto político

Para trazar un breve panorama del marco regulatorio actual que rige a las emisoras universitarias, nos detendremos en la Ley de Radiodifusión 22.285, que data de la dictadura militar.

En el texto de la ley se hace referencia a las emisoras universitarias en el art. 107, donde establece que es su obligación proporcionar a los destinatarios del servicio la programación orgánica que requiere el nivel cultural de la Nación, difundir, en consecuencia, aquellas expresiones de elevada jerarquía estética que satisfagan las necesidades culturales de la población, asegurar el intercambio cultural entre las distintas regiones del país, informar a la población acerca de los actos de gobierno y contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la enseñanza primaria, media, técnica y superior y, asimismo, emitir programas especiales para discapacitados.

El Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), creado en 1985 por decreto del Poder Ejecutivo, ha tenido desde su inicio injerencia en la órbita de las emisoras universitarias. Éste es un organismo que nuclea a las universidades nacionales que voluntariamente y en uso de su autonomía se adhieren a él como organismo coordinador de políticas universitarias. Entre las atribuciones de este Consejo podemos destacar:

Definir y coordinar planes y actividades en materia académica, de investigación científica, de extensión y de gestión entre las instituciones que lo integran, sin perjuicio de aquellas que las instituciones universitarias acuerden realizar por sí (Consejo Interuniversitario Nacional).

En este contexto, surge el Acuerdo Plenario 384/00, del 20 de diciembre de 2000, donde la comisión de extensión del Consejo Interuniversitario, conjuntamente con el COMFER y el Ministerio de Educación se comprometen a realizar aportes para la elaboración de un proyecto de Ley de Radiodifusión que contemple las necesidades de las Universidades Nacionales en el área. En este acuerdo plenario se crea el sistema nacional universitario de radiodifusión pública, desde el cual se define que:

Podrán ser Radiodifusores las Universidades Nacionales e Institutos Universitarios Nacionales de carácter estatal mediante adjudicación directa de licencia otorgada por el Poder Ejecutivo Nacional (Acuerdo Plenario 384/00).

En el artículo 2 de este documento se sostiene que los servicios de la Radiodifusión Universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma. Además se señalan como objetivos primordiales la promoción de las diferentes expresiones culturales, el estímulo de la libre expresión, el derecho a la información, la participación ciudadana, la defensa de los principios democráticos y los derechos humanos. En este acuerdo, firmado también por la Asociación de Radios Universitarias Argentinas (ARUNA) se le asigna un lugar destacado de la programación de estas emisoras a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria, y a la promoción de acciones periodísticas y comunicacionales destinadas al bien común, como la experimentación artística y cultural.

A partir de 1998, las radios universitarias cuentan con la Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas, ARUNA, que se conforma como una entidad sin fines de lucro y que tiene entre sus principales objetivos:

Afianzar los principios y derechos que garanticen la existencia de una radiodifusión de origen universitario, libre y estable al servicio del país, que defienda los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación y que estimule la cultura nacional y regional en todas sus expresiones (Estatuto ARUNA, 2000).

Además este organismo intenta:

Agrupar a las distintas Universidades Nacionales, Institutos Universitarios Nacionales y Universidades provinciales reconocidas que estén dentro del CIN que tengan o expresen la voluntad de tener, emisoras de radiodifusión sonoras y/o televisivas para colaborar en el ejercicio de sus actividades y en defensa de sus intereses (Estatuto ARUNA, 2000).

IV. Instituciones universitarias y radio: algunos ejemplos

Según ALER¹, las radios universitarias son emisoras comerciales que para su autofinanciamiento² deben competir con las comerciales privadas a nivel de la programación, por lo que no son ni radios educativas ni culturales como las del servicio oficial de radiodifusión. Sin embargo, no pueden funcionar comercialmente como empresas, pues su política depende de las concepciones que el gobierno universitario tenga en materia de comunicación. Es entonces complejo el esclarecimiento de las funciones de una emisora universitaria en un contexto de mercado donde el fin primordial es la obtención de una ganancia. Si bien es incuestionable que es en ese espacio del mercado donde estas radiodifusoras deben insertarse y a esas audiencias acercarse, no debieran hacerlo desde la inocencia, sino desde el planteo de la lucha contra la hegemonía del mercado para, al decir de Irving Villafañe:

Reflejar la dinámica de los mercados, de los bienes simbólicos generados desde la perspectiva industrial, si no introducir lecturas profundas, cuestionantes y reflexivas que resguarden un lugar para la utopía social (1998: 24).

¹ La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, fue creada en 1972 por un grupo de radios católicas. Luego adoptaron un perfil más popular y en la actualidad sus objetivos principales apuntan a un modelo participativo en los medios, donde se privilegie la palabra de los más humildes, de los excluidos, pensando siempre en su organización social y política para la transformación de las estructuras de los países.

En su página Web se definen de esta forma: "ALER es una Asociación Civil, constituida por Instituciones de América Latina y El Caribe, que hace comunicación radiofónica educativa. Trabaja, junto a otros actores sociales, por la democratización de las comunicaciones, por el desarrollo humano sostenible, y por la construcción de sociedades con mayor justicia, mayor equidad y mayor democracia" (www.aler.org).

² Ver en este texto análisis de la cláusula en relación a este tema en la radio de la UBA.

En esta lucha en el seno del sistema hegemónico está la alternativa. El funcionamiento en paralelo y aisladamente no cuestiona el status quo de los medios en la actualidad.

Sin embargo es necesaria y posible la instauración y permanencia de las emisoras universitarias en el aire de la radiofonía argentina, pues una de las funciones de las radiodifusoras universitarias es:

Combatir la concentración monopólica de la información y cultura y abrir cauces a la expresión de opiniones de quienes no tienen oportunidad de hacer oír su voz, de las grandes mayorías de la nación (Toussaint, 1991: 23).

Retomamos aquí un trabajo realizado por un equipo de la Universidad para el replanteo de su FM, formado por docentes investigadores que allá por 1992 definían qué debía ser una radio universitaria:

Decir que la emisora es de carácter universitario significa afirmar que ocupa un lugar en este marco del estudio de las transformaciones que afectan a las formas del conocimiento y en el de su puesta en acto de comunicación. No se trata de contar con un medio de información acerca de aquello que se hace en la universidad, sino de contar con una serie de posibilidades de relación dialógica con la sociedad, de la cual la universidad forma parte. Se trata de contar, en última instancia, con un principio ordenador de las relaciones entre universidad y problemáticas sociales, que históricamente se han visto simplificadas por una concepción de las comunicaciones que sólo pone el acento en las emisiones (Informe FM Power, 1994: 4).

El panorama de las radios universitarias en nuestro país es diverso en ejemplos. En la actualidad contamos con 35 emisoras universitarias en todo el país. Aquí consignaremos sólo dos emisoras de nuestra ciudad y más brevemente la emisora de la Universidad de Buenos Aires, que comenzó como proyecto hacia finales de 2005.

En la actualidad, Radio Universidad Córdoba podría ubicarse, según la tipología de Prieto Castillo, en las radios miméticas pues intenta formar parte del panorama de radios comerciales de la ciudad de Córdoba, apuntando a un oyente local y con problemáticas e intereses generales del habitante cordobés. Esta emisora de AM, que forma parte del denominado multimedia de los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad

Nacional de Córdoba conformado también por Canal 10 y FM Power se posiciona en el mercado a través de una programación “camuflada” como comercial pero que funciona en una estructura de poder y de tomas de decisiones que dependen del gobierno de la Universidad. Su programación no se diferencia mucho de las radios comerciales y no hay un especial tratamiento de temas ligados a la comunidad universitaria, ni tampoco hay espacios dedicados a actores que no tienen cabida en los medios comerciales.

Compartiendo con los SRT la institución de la Universidad Nacional de Córdoba, pero desde una perspectiva popular, según Prieto Castillo encontramos a Radio Revés (FM 88.7) que se asume a sí misma como alternativa y universitaria en su propia denominación. El proyecto de esta emisora se empieza a gestar en el año 2001 como iniciativa de alumnos, egresados y docentes de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC. Su programación no está ligada con lo comercial, no se sustenta por publicidad y los que conforman la mayor parte del equipo de la radio son trabajadores *ad honorem*. Los equipos de la emisora y la remuneración mínima de los operadores son afrontados por la Universidad. Podemos detectar un tratamiento de temas que tienen que ver con lo universitario, hay también un tipo de oyente previsto que está relacionado con la universidad y los que forman parte del Colectivo Revés son en su mayoría estudiantes de la UNC y especialmente alumnos de la Escuela de Ciencias de la Información. Podemos decir que hay en Radio Revés una participación mínima de docentes pero es también voluntaria y no institucionalizada.

Esta radio plantea, desde su proyecto de creación, la vinculación entre el ámbito de la universidad y el resto de la sociedad, intentando despegarse de la exclusividad de la temática universitaria pero también oponiéndose a la canalización de contenidos y propuestas que se escuchan en las radios del “paradigma shopping” o comerciales. Según el proyecto de creación de esta emisora la “radio está concebida desde un espacio de relaciones donde los sujetos, actores e instituciones coproducen un sentido interactuando socialmente a través y desde la comunicación” (Proyecto Radio Revés, 2001). Este espacio radiofónico tiene como centro la articulación de dos instancias, la externa, su vinculación con la sociedad y la interna, su relación con el ámbito académico de la universidad.

En cambio la radio de la Universidad de Buenos Aires adquiere un perfil más académico, científico, según la clasificación de Prieto Castillo,

sus autoridades principales son docentes de la Universidad de Buenos Aires así como algunos de los programas están producidos por docentes especialmente de la carrera de Ciencias de la Comunicación. En su proyecto inicial, que fue firmado por el director de esta carrera, queda claro que la creación de esta emisora forma parte de una política institucional de la facultad. Allí también se plantea que la existencia y la explotación de una frecuencia por parte de la Universidad debe ser pensada desde una lógica de medio público.

En relación al financiamiento de la emisora, en el proyecto se afirma que no puede exigirse obligación de autofinanciamiento. No se descarta la pauta publicitaria pero no puede exceder el 49% del presupuesto de la emisora, lo que garantiza el sostenimiento a través de la universidad y le otorga cierta independencia económica.

En cuanto a su audiencia prevista en el proyecto se afirmó que no sólo se interpela a los oyentes como universitarios sino como ciudadanos, trabajadores y habitantes de Capital o Gran Buenos Aires.

Se precisa la política de programación de la FM de la UBA garantizando un mínimo de producción propia del 40% del total de la programación de la radio, para evitar “tercerizaciones que desvirtúen las características universitarias de la radio” (Proyecto FM UBA). Además se contempla programación universitaria realizada por cualquier unidad académica de la UBA así como también producción pre profesional a cargo de los alumnos y un 20% para producciones independientes.

La unificación de emisoras disímiles y con objetivos diversos dentro del mismo campo de las emisoras universitarias colabora a la construcción de una hegemonía mediática concentrada que aspira, al decir de R. Williams, “[...] a cooptar las diferencias, neutralizándolas a través de su naturalización” (1980: 25).

En cada emisora universitaria no sólo podemos analizar su programación, su equipo, sus estatutos, sus vinculaciones con el mercado a través de la publicidad, su audiencia esperada y construida sino que también, en ellas subyace un modelo de universidad diferente, una forma de pensar la educación y la comunicación y, en definitiva una concepción política. Podemos decir que la universidad se constituye como una institución que organiza o encuadra el decir de las emisoras y por eso es que la visión de la universidad que comporten impactará sobre las emisoras desde el concepto de que las condiciones de producción determinan los discursos produ-

cidos. Es en este sentido que, más allá de los estatutos y las definiciones, es necesario sostener un proyecto de emisora que tenga en cuenta el contexto en el que surge, la institución en la que está inserta, el oyente que se prevé y el tipo de participación que se le otorga así como también las competencias que se le exigen. La alternatividad se sostiene en un entorno comercial imperante pero que deja grietas a través de las cuales se puede *colar* un discurso plural, un diálogo genuino y un modelo de universidad plural no enclaustrada en las aulas sino cercana a toda la comunidad.

Bibliografía

- AA.VV. (2006) *Vocación de radio*. Editorial BR, Córdoba.
- Haye, R. (2003) *Otro siglo de radio*. Ed. La Crujía, Argentina.
- Haye, R. (2004) *El arte radiofónico*. Ed. La Crujía, Argentina.
- Prieto Castillo, D. (1996) *Las emisoras universitarias frente a las transformaciones de fin de siglo*, ponencia I Festival Centroamericano de la Radio, Costa Rica.
- Rincón Rodríguez (2006) *Radio y televisión en la universidad: Caso de estudio*. Universidad Javeriana, Colombia.
- Simpson Grinberg, M. (Comp.) (1981) *Comunicación alternativa y cambio social I*. América Latina. UNAM, México.
- Toussaint, F. (1991) “Nuevas tecnologías en América Latina”, en *Revista Argumentos, Estudios críticos de la sociedad* N° 15, México.
- Villafañe, I. (1998) *Revista Latina de Comunicación Social* N° 3. La Laguna, Tenerife.
- Williams, R. (1980) *Marxismo y literatura*. Ed. Península, Barcelona.
- Zepeda, J. (2000) “Programación, el desafío de la radio”. *Revista Chasqui* N° 71. México.

Documentos

- Proyecto de Radio Revés, Escuela de Ciencias de la Información, 2001, Córdoba, Argentina.

Proyecto de Radio UBA http://comunicacion.fsoc.uba.ar/index_archivos/Antradiouba.doc

Informe FM Power (1994), Mimeo, Biblioteca del Centro de Estudios Avanzados, UNC.

Consejo Interuniversitario Nacional <http://www.cin.edu.ar>

AUDIENCIAS DE RADIOS UNIVERSITARIAS Y ALTERNATIVAS EN HEGEMONÍAS COMUNICACIONALES

Paula Morales
moralesmpaula@yahoo.com.ar

“La operación de códigos naturalizados revela no la transparencia y naturalidad del lenguaje, sino la profundidad del hábito y la casi universalidad de los códigos en uso, ellos producen reconocimientos aparentemente naturales y esto tiene el efecto ideológico de ocultar las prácticas de codificación que están presentes”.

Stuart Hall

Este trabajo se propone indagar la dimensión institucional de las radios universitarias alternativas, en el cruce con el proyecto político transformador en el cual se reconocen y las condiciones de discursos y prácticas hegemónicas que en el campo de la comunicación social, condicionan las posibilidades de existencia de las experiencias alternativas en radio.

Para ello, recuperamos aquellos aportes teóricos que nos ayudan a comprender que las tradicionales nociones de audiencia basadas en condiciones de recepción principalmente geográfica, con acento en el oyente/receptor y en su capacidad de selección de contenidos, formatos y temas de la escucha, si bien consideran a los sujetos *activos* en el proceso comunicativo, al mismo tiempo olvidan las *estrategias institucionales mediáticas* que intervienen en dicho proceso y las *posiciones* funcionales que unos y otros (oyentes y productores) ponen en juego a la hora de definir lo que es ser la audiencia de una emisora. A partir de aquí desarrollamos un proceso analítico y reflexivo con firmes intenciones de desnaturalizar la noción de audiencia unidireccional desde la clave de *producción de la recepción*.

Tal como se destaca en la introducción de este libro, consideramos fundamental la perspectiva de Eliseo Verón en nuestras reflexiones metodológicas, ya que nos permite reconocer las *condiciones de producción* de los discursos, a través de la identificación de *macrofuncionamientos* discursivos determinantes de *microfuncionamientos* lingüísticos presentes en todos los textos en las sociedades mediatizadas actuales. La pregunta será entonces, en qué medida esta perspectiva teórico metodológica aporta a una determinada definición y reconocimiento de audiencia, a través de la noción de “*Sistema Productivo*, como aquel espacio de producción y reconocimiento, donde se construyen las figuras de los emisores y receptores de los discursos” (1987: 195). Y es en este sentido que pensamos la comunicación en términos de Stuart Hall, como aquel proceso a pensarse en términos de una “estructura producida y sostenida a través de la *articulación* de momentos relacionados pero distintivos: producción, circulación, distribución/consumo, reproducción” (1980: 129).

En ese proceso de comunicación como un todo, la ausencia de ajuste entre los códigos de producción y recepción tiene que ver con las *diferencias estructurales* de relación y posición entre los emisores y las audiencias.

Las audiencias

Es bastante frecuente definir la audiencia como el *conjunto de personas* que está escuchando una emisión en un momento determinado, o como la *suma de oyentes*. Sin embargo resulta interesante avanzar en la complejidad del tema y destacar, como lo indica María Cristina Mata, que aún aceptando el enunciado anterior, la audiencia es además *una noción y un concepto*, y que en tal sentido se puede calificar como dispersa y extendida espacialmente, heterogénea, posible de ser estructurada por los emisores (aunque sea parcialmente, refiriéndose a los clubes de oyentes, programas diferenciados, etc.) y fluctuante o libre, porque no es una audiencia cautiva, sino que puede elegir sus consumos.

Así, la audiencia es un *producto de la radio*, lo que significa que sus características no son naturales, sino que se construyen a partir del modo en que la radio opera (AMARC, 2006: 52) y, como insiste M. Mata, “la audiencia cambia de acuerdo a las transformaciones del medio y de la sociedad” (2006: 52). Esta definición implica que, al ser construida como

audiencia, este rasgo atraviesa a las personas más allá del acto concreto de la escucha en un momento preciso y ser oyente de radio es por lo tanto, una condición que opera *más allá de la recepción concreta* en una sociedad massmediática, donde es muy difícil pensarse al margen de los medios de comunicación.

Juri Lotman (1994) quien trabaja la idea noción de *estructura de auditorio prevista*, en el intento por ahondar en la *relación dialógica* entre el comunicado y la imagen del auditorio, explica que el comunicado influencia al destinatario transformando la fisonomía de éste y del auditorio real, trasladándose del dominio del texto a la esfera de la conducta real de la colectividad cultural como código *normador*, a través de mecanismos concretos. Estos mecanismos pueden rastrearse en clave de códigos presentes en un particular proceso de desciframiento, que el enunciador dispone y proyecta al destinatario. Esta estrategia configura una colectividad de escucha y reconocimiento, una audiencia real y concreta en base a la idea o imagen prevista que de ella contiene. Según Lotman, el auditorio (para nosotros la audiencia) no sólo se caracteriza por un código y un comunicado sino también por una orientación a determinado tipo de memoria, ya presente en los sujetos o inmediatamente construida en el mismo proceso de recepción.

Por otra parte, la teoría de Umberto Eco (1987) trabaja una idea de *lector* construido a raíz de un proceso en el que el texto *postula y diseña a su destinatario/a* como condición indispensable de su capacidad comunicativa y de su potencialidad significativa. Un texto se emite para que alguien lo actualice, aunque no se espere o desee que esa persona exista concreta y empíricamente, y para que se actualicen las intenciones que todo enunciado contiene. Entonces, a través de los conceptos de lector modelo y mecanismos generativos de un texto, podemos analizar la estrategia que un texto *pone en juego* para que el lector lo actualice y desarrolle la capacidad comunicativa y la potencialidad significativa que dispone: el texto le está proponiendo al lector un recorrido, un camino de relación, de pensamiento, de construcción social de sentidos, y también una metodología para reconstruir y decodificar las marcas presentes en él.

Las estrategias textuales del enunciador pueden clasificarse entonces en:

- Marcas gramaticales: Presentes en el discurso como índices referenciales.

- **Marcas semánticas:** Presentes en el discurso a través del planteo de correlaciones, como estrategias textuales, o como hipótesis interpretativas.

Ambas, poniendo en evidencia el carácter preformativo del discurso en relación a las condiciones y posibilidades recepción.

Destacamos por último que la forma discursiva del mensaje tiene una posición privilegiada en el intercambio comunicativo y los momentos de codificación y decodificación son determinados a través de una autonomía relativa en relación con el *proceso de comunicación* como un todo, en un marco de diferencias estructurales de relación y posición entre los emisores radiales y las audiencias.

Lo alternativo

Las nociones de lo alternativo y la alternatividad se vuelven interesantes para poner en juego, y en duda, los mecanismos que operan en la construcción y reconocimiento de las audiencias.

Lo alternativo no puede definirse por su carácter, ni aún preferiblemente identificarse como característica de una práctica, desde un sistema categorial cerrado y estático, cuya acreditación acumulativa le garantice dicha legitimidad. Esta categoría es en un primer lugar *contextual* en un marco histórico y en directa implicancia con estructuras de poder presentes. Pensamos aquí lo contextual en referencia a la noción de conflicto social, como la condición necesaria para cualquier acción transformadora.

La dimensión relacional de lo alternativo, va a completar la noción anterior, ubicando sus prácticas significantes y haciéndolas disputar espacios de poder.

Nuestra posición para mirar lo alternativo en el campo de la comunicación pública y política, por tanto, será amplia. Creemos que existen experiencias y lógicas de trabajo que *disputan* en cada momento histórico las legitimidades que instituye el status quo, y en su lugar *proponen alternativas* de proyecciones y cambios sociales. No pensamos en la alternatividad sino en *lo alternativo* en relación con el contexto actual.

Nos preguntamos ¿qué define una práctica como alternativa y qué experiencias autodefinidas como tales implican hoy condiciones de producción y reconocimiento social alternativos?

Entrando al campo de la radiodifusión alternativa, podemos decir que el rasgo estructural que define a este tipo de emisoras es una propuesta que implica la participación de las audiencias desde una *concepción de poder* como proceso de construcción colectiva, siendo un proyecto de sociedad lo que subyace a esta lógica (AMARC, 2006: 56).

La práctica comunicativa alternativa es, entonces, la apuesta política a la circulación de sentidos, ideas y modos de comunicar que posibiliten la *denuncia*, la *confrontación* y la *organización de proyectos políticos* tendientes a proponer otro sistema de relaciones sociales.

Desde esta perspectiva, la presencia de radios comunitarias y alternativas expresa necesidades de denuncia, organización, movilización, intervención y construcción de otros relatos sociales.

Así, desde este trabajo recuperamos los aportes de Ricardo Sol (1984) para hacer hincapié en el carácter participativo y dialógico de lo comunitario que ha caracterizado a la *comunicación alternativa latinoamericana*. Este autor indica que la realidad social, política y económica de las mayorías, presentada ya no como situaciones naturales sino como producto del sistema institucional, adquiere un carácter de *confrontación*. Su base es la concepción estructural de una sociedad en la cual las comunicaciones se conforman de manera vertical y con un fuerte control económico e ideológico por parte de grupos minoritarios. La única posibilidad de enfrentar tal aparato, radica en la incorporación de la población marginada a la generación, producción, distribución y asimilación de sus propios mensajes. Entonces:

No puede haber contenidos externos o iluminados para la comunicación popular-alternativa, sus mensajes sólo pueden surgir de la confrontación de la experiencia con la realidad, y esta situación presentada en forma de mensaje sólo puede configurarse a través del intercambio, del diálogo (Sol, 1984: 138).

Desde aquí se integra a la audiencia como público organizado, a través de su *capacidad de respuesta y producción*, por lo que el sujeto deja de ser un simple receptor y pasa a ser un comunicador integral, capaz de emitir y recibir críticamente los discursos que circulan a nivel de la confrontación de las significaciones sociales.

En el mismo sentido Simpson Grinberg (1981) incorpora en su definición sobre la alternatividad, la dimensión de la comunicación donde

el público presenta la capacidad de discusión sobre el rumbo de la intervención social que está proponiendo el medio de comunicación alternativa como proyecto político. Sin embargo al expedirse respecto de la capacidad o condiciones de posibilidad de los medios alternativos, considera que no pueden ir más allá de su propio contexto, aún siendo su modesta función precursora de nuevas *formas de convivencia* y de *nuevas relaciones sociales*. Así también explica que estos medios presentan un problema de fondo: “La magnitud real de las experiencias alternativas dependen siempre de condiciones establecidas por la relación de fuerzas dentro de la sociedad global, que les imponen límites difíciles de traspasar” (1981: 125).

Simpson Grinberg define en este marco a las emisoras comerciales:

[..] funcionando como reproductoras de la lógica del mercado, guiadas por la obsesión de ganancias, esmeradas por segmentar audiencias, y sin descuidar, ni un momento, el carácter competitivo que las legitima en el campo y les imprime el sello de legitimidad frente a discursos y prácticas alternativas, operan con estructuras y vientos a favor (1981).

En esta relación de fuerzas, las emisoras comerciales se instituyen desde valores y características que evidencian la construcción de las audiencias con una apertura dialógica que es *pseudodemocrática*, como aporta Ana Beatriz Ammann (2006), ya que quien tiene el poder de controlar y seleccionar las intervenciones es el locutor y su equipo de producción y el fin último es, en apariencia, facilitar al oyente la posibilidad de intervenir directamente en la elaboración de los mensajes. En realidad el verdadero fin de estas emisoras es la participación para difundir un contenido –un producto radiofónico– que satisfaga a la audiencia.

En estas radios existe una predominante necesidad de ingresar amplias y crecientes cantidades de personas a los circuitos comerciales, turísticos, culturales, educativos e institucionales que promocionan, prometiéndole integración e identificación a sus oyentes a través del consumo de bienes, servicios e imaginarios compartidos a beneficio de sus fuentes de financiamiento y publicidad.

La diferencia de la participación en la radio alternativa y comunitaria, se centra en la propuesta y puesta en práctica de un *otro modo de aprendizaje del ejercicio de la comunicación social*. Aquel que abre canales a opiniones diversas, promueve el diálogo, permite la confrontación, evidencia la heterogeneidad, crea lazos y contagia el compromiso. Se constituye des-

de aquí una noción de audiencia como canal para el ejercicio de la ciudadanía, desde el cual se impulsa la participación y el intercambio como una concepción de la comunicación donde todos y todas pueden ejercer el derecho de ser partes activas del proceso.

Una experiencia ejemplificadora de esto es la que recupera José Ignacio López Vigil (1998) con la “radio interactiva” donde se cambian los papeles, la programación y los componentes de la radio son verdaderamente interactivos ya que están armados, rearmados y evaluados entre los radialistas y la audiencia, para generar la intermediación que habilite la denuncia, el debate y la opinión en torno a los proyectos de desarrollo y la transmisión de la cultura de los pueblos.

Lo universitario

Sería bueno pensar que la educación pública, como derecho y como garantía, estuviese direccionada a la consolidación de un sistema de enseñanza efectivamente gratuito y plural, diverso, multicultural, masivo, de calidad social, y en función de las transformaciones hacia una sociedad justa con redistribución equitativa de las riquezas. Las radios universitarias están siempre insertas en una institución académica, y las nuestras están fuertemente atravesadas por la deslegitimación social, la falta de presupuesto, la escasa capacitación docente y políticas de extensión intervencionistas.

En este sentido Armand Mattelart ha insistido en la necesidad de reconocer como una de las reivindicaciones básicas que debe sostener el sector de la comunicación alternativa, el de formar parte de una reflexión y una propuesta sobre lo público. Pensamos que es un campo fértil de investigación y propuesta el que ronda las discusiones sobre la proyección de las radios universitarias, y los debates sobre si, su inserción en la universidad, o su emergencia a raíz de proyectos institucionales universitarios, implica que asuman y compartan la misión y los objetivos de la institución a la que pertenecen, o que la trasciendan, o tal vez negocie con la institución su rol social desde el plano académico, cultural y social.

En este debate, las emisoras universitarias (que actualmente son 35 en la Argentina) estarían en condiciones de definir a quiénes le hablan, y para qué, reconociéndose fuertemente cruzadas por un posicionamiento público desde el cual transmitir.

El concepto de comunidad educativa prioriza a la comunidad universitaria como receptor potencial de estas emisoras. Transmitir desde esta concepción, imprime a las radios universitarias un compromiso de responsabilidades en el proceso de enseñar y aprender, asociado al carácter universitario: ocupar un lugar en el marco de las transformaciones que afectan a las formas del saber y el conocimiento y en el de su socialización y circulación.

Para seguir este recorrido no podemos desplazar el eje del análisis del financiamiento y sustentabilidad de las emisoras. Las posibilidades de construcción de una alternativa sonora a la radio comercial y de consolidación de una propuesta universitaria alternativa, se ven determinadas por la dimensión financiera. Varias emisoras universitarias interpretan que su carácter comercial no excluye ni debilita su carácter educativo, formador, promotor e interventor social (en el mapeo radial universitario local se pueden encontrar diversos ejemplos como los de Radio Universidad –Multimedia SRT–, Radio Pascal, Radio UTN, Radio Revés, etc.). Otras, entienden que mantener una identidad a pesar de la comercialización no es fácil y que precisamente la publicidad atenta contra la identidad universitaria de la emisora y acarrea una crisis de personalidad, en la medida en que se transmitan cuñas que no encajen dentro del estilo y tono de la emisora. La publicidad, en la mayoría de los casos, se considera en desmedro de la independencia y la identidad de la emisora.

En este panorama, pensar en la alternatividad comunicativa y trabajar desde ella, es en sí misma una apuesta a la transformación social. Porque entender la comunicación social en el mapa de concentración mediática global, amparada en marcos legales supranacionales y nacionales que no garantizan la democracia comunicativa, como una dimensión de disputa sobre las concepciones del mundo, sobre las verdades únicas y los relatos naturalizadores de injusticias y desigualdades y como un espacio de construcción de alternativas políticas, es tarea que si no moviliza, por lo menos incita a la reflexión¹.

¹ Al referirnos a significados dominantes no estamos hablando de un lado del proceso que gobierna cómo los hechos serán significados sino, como propone Stuart Hall (1980: 15), al trabajo necesario para reforzar, ganar plausibilidad y dirigir como legítima la decodificación de un evento dentro del límite de definiciones dominantes en las cuales ha sido connotativamente significado.

Las audiencias de las radios universitarias alternativas

La investigación y extensión son bien concebidas en nuestras universidades como las actividades que dan especificidad y complemento a la tarea docente y académica, y remiten a un valor social excedente a la posición de la institución de estudios superiores en la sociedad en la que se desarrolla. Muchos de los proyectos actuales de radios universitarias se reconocen justamente desde ese eje dialógico con la sociedad, donde la existencia y la programación de estas emisoras constituye una apuesta a trabajar las problemáticas sociales y a construir una idea de saber y de conocimiento social al servicio de la comunidad y en pos de justicia social.

Pensar la perspectiva de las audiencias de radios universitarias, desde la elección de la alternatividad en tanto condición a explorar y potenciar, imprime una *dimensión estratégica* en la transformación de las relaciones sociales, a tener en cuenta desde las políticas públicas de comunicación y educación.

El trabajo de comunicación universitaria alternativa debería ser subversivo en contenidos, en formatos, en modos de enunciación, en lógicas de producción-gestión de la información y en roles y dinámicas de construcción de los colectivos de trabajo que la integran, porque disputa la construcción única de sentidos y propone desde la organización y la educación, corrientes alternativas de cambio. Jorge Sadi Durón (2006) reconoce en este tipo de emisoras una *dimensión alternativa* que se presenta desde diversos entornos y bajo diversas manifestaciones, pero siempre con el carácter democrático que se le atribuye a estas radios, es decir: con *actores sociales participativos* (público e integrantes, sociedad), un *discurso alternativo* (tanto formas como maneras diversas de tratar un tema, así como “el discurso” o la manera en la que se dirigen a su público), con una *agenda alternativa* (que va desde la implementación de su barra programática, como de la forma en que ésta es planteada, el trasfondo de interés social y no comercial), etc.

En este marco, rescatamos la experiencia de Radio Revés, como planificación y propuesta político-comunicativa que surge como proyecto de extensión de la ECI, UNC² en el año 2001, y que define sus objetivos

² Escuela de Ciencias de la Información, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba.

vinculados con la formación académica, la extensión universitaria, el financiamiento y el rol de los medios de comunicación³.

La actual propuesta de comunicación de esta emisora se desarrolla en el cruce de tres ejes: lo universitario, lo alternativo y lo radiofónico y estratégicamente construye vínculos y articulaciones con otros sectores y movimientos sociales desde la horizontalidad y la producción y emisión de co-producciones. De esta manera esta radio asume la posibilidad de ser espacio de práctica y aprendizaje, asume a su comunidad como la universitaria entendiendo que con estos actores, y desde la garantía y apuesta de su formación, puede con ellos y desde ellos construir la transformación pensando en otro tipo de sociedad.

La idea de audiencia que se desprende de la propuesta de Radio Revés implica a sujetos sociales posicionados en su realidad concreta con intenciones de acción y transformación, organizados o no (potenciales a organizarse), cuyo principal elemento de distinción está más allá de la escucha:

- *La necesidad de información y acceso a conocimientos alternativos* (agenda propia respecto de los medios comerciales, propuestas culturales independientes, musicalización local e independiente, intervenciones de organizaciones y movimientos sociales, etc.).
- El reconocimiento de la emisora, por parte de la audiencia, como *medio propio con fuentes y contenidos independientes* de la lógica del mercado y de la reproducción del status quo, como un *medio educativo/formador*, como un *espacio de articulación intelectual y práctico* de iniciativas de organizaciones y movimientos sociales.
- El reconocimiento de la posibilidad real de *gestión colectiva* de un medio de comunicación e información por parte de estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social, en el marco de una institución universitaria pública, irrestricta y no arancelada.
- El reconocimiento de los valores de *diversidad, pluralidad* y la apuesta a la *democracia y al sistema de derechos* como ejes imprescindibles en una práctica comunicativa, así como la cooperación y autogestión de proyectos sociales y culturales.
- El reconocimiento de la *universidad pública* como *espacio de cons-*

³ Proyecto institucional Radio Revés, ECI, UNC. Córdoba, Argentina, 2001.

trucción de conocimientos y propuestas de intervención a favor de una sociedad basada en la justicia social y la equidad.

La importancia de conocer la audiencia y de indagar sobre su perfil en la institución radiofónica, radica en el lugar que ésta ocupa o puede ocupar en la definición de los contenidos, formatos y modos de enunciación de su discurso. En una referencia más general reconocemos la intención y proyección de una comunicación social cuyo carácter dialógico y participativo es el rasgo común que la proyecta hacia un posicionamiento político autónomo.

Creemos que la noción y el recorrido por las condiciones de las audiencias nos ayudan a entender los mecanismos puestos en juego desde el sistema mediático hegemónico a la hora de hablarle a un cierto segmento poblacional y además, reconocer a través de ellos una estructura económica y comunicacional macro, que contiene o excluye propuestas comunicacionales y proyectos políticos diversos.

Desde esta concepción reconocemos que no hay verdades únicas sino versiones y construcciones sobre lo social, y esto nos acerca a comprender el carácter ideológico de lo alternativo. Justamente, lo alternativo se opone explícitamente a la ideología hegemónica a través de la disputa de la concepción única de la verdad a la que alude esta última a través de su discurso y su práctica, y por lo tanto implica epistemológicamente la existencia posible de alternativas en el reconocimiento y la transformación social desde el saber.

Bibliografía

- Ammann, A. (2006) *Géneros discursivos y géneros periodísticos*. Material de Cátedra, ECI, UNC.
- ALER (2001) *La radio popular frente al nuevo siglo. Estudio de vigencia e incidencia*. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica.
- AMARC-ALC (2006) *El cantar de las hormigas. Producción periodística en las radios comunitarias*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe, Quito.

- AMARC-ALC (2005) *La revolución es un sueño eterno: El proyecto político comunicacional de las radios comunitarias y alternativas*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe. Año 2, N° 3, Quito.
- Becerra, M. y Matrini, G. (2004) “La sociedad de la información en la Argentina. Una mirada desde la economía política” en *Sociedad de la información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible*. Ed. La Crujía, Buenos Aires.
- Dido, J. C. y Barberis, S. (2006) *Radios universitarias: Principios, funciones, objetivos*. Universidad Nacional de La Matanza, Buenos Aires.
- Eco, U. (1987) “Lector modelo” en *Lector in fabula*. Ed. Lumen, Barcelona.
- Hall, S. (1980) “Codificar / Decodificar” en *Culture, Media y Lenguaje*. Traducción Silvia Delfino. Londres, Inglaterra.
- Iovino, G. (2001) La oferta comunicativa de las radios universitarias del NOA, en *revista de la SeCyT, N° 6*. Santiago del Estero, Argentina.
- Informe diagnóstico para FM Power (1992). Biblioteca CEA, UNC.
- López Veneroni, F. (1997) “Forma y sentido de la radio pública”, en *El hilo de Ariadna*. México.
- López Vigil, J. I. (1998) *Taller de producción interactiva para radio*. Bogotá, Colombia.
- Lotman, I. (1994) El texto y la estructura del auditorio, en *Criterios N° 31*. La Habana.
- Mata, M. y Scarafia (1993) *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. ALER, Quito.
- Mata, M. (2006) “Investigación radiofónica, de las palabras a los hechos” en *El cantar de las hormigas*. Ed. La Crujía, Buenos Aires.
- Reyes Matta F. (2006) “Análisis de las formas: de lo micro a lo macro” en *El cantar de las hormigas*. Ed. La Crujía. Buenos Aires.
- Petrini, M. y Hache, A. () *Audiencia ¿sólo un número para las emisoras? Un acercamiento a las necesidades y gustos no satisfechos del oyente cordobés*. Biblioteca y Centro de Documentación Latinoamericano. UNC, Argentina.
- Prieto Castillo, D. (1996) *Las emisoras universitarias frente a las transfor-*

- maciones de fin de siglo*. Ponencia I. Festival Centroamericano de la radio, Costa Rica.
- Rodríguez Esperón, C. (2000) “Surfeando la democracia” en *La Tribu. Comunicación alternativa*. Ed La Tribu, Buenos Aires.
- Sadi Durón, J. (2006) *La radio universitaria estudiantil: La comunicación alternativa*. UNAM, México.
- Simpson Grinberg, M. (1981) *Comunicación alternativa y cambio social. Comunicación alternativa. Dimensiones, límites, posibilidades*. UNAM, México.
- Sol, R. (1984) *Hacia un modelo participativo y popular de la comunicación: Medios masivos y comunicación popular*. Costa Rica.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social*. Gedisa, Barcelona.
- Winocur, R. (2002) *Ciudadanos mediáticos: La radio como cronista de la ciudad*. Gedisa, Barcelona.
- Proyecto institucional Radio Revés (2001) ECI, UNC, Córdoba, Argentina.

OTRA INTERLOCUCIÓN RADIOFÓNICA: RADIO NACIONAL CÓRDOBA

Ana Beatriz Ammann
abammannn@gmail.com

¿Cuánto hay de estilo personal y cuánto de escena cultural en la puesta en voz de los productos comunicativos sonoros de la radio?

Hace tiempo, en *Oficios Terrestres* –publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata– más precisamente en el año 1996, se publicaba el informe de una investigación dirigida por Patricia Terrero titulado *La radio estatal de mercado*. En la introducción se advertía acerca de la *extemporaneidad* de dedicarse a estudiar las radios del Estado, en un momento en que el Estado estaba en retirada, mientras se reconocía que los partidos políticos y los investigadores no se habían abocado a encarar un estudio serio sobre qué hacer con las radios del Estado, las que nos pertenecen. El trabajo terminaba señalando que “La historia, el presente y el futuro de la radio, no es ni más ni menos que la historia, el presente y el futuro del país”.

Como nosotros adscribimos al proyecto utópico de un país en el que el Estado se haga cargo de proyectos estratégicos, no sólo respecto de la comunicación, hemos incorporado en el Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica temas sobre política institucional, ley de Radiodifusión, escucha y debate sobre Radio Nacional, en el marco de la propuesta pedagógica. Nos hacemos cargo de que, si bien sólo estamos en un taller introductorio en relación con el medio, la universidad debe atender a la historización y superar el prejuicio acerca de Radio Nacional como radio *gubernamental*. Creemos que, justamente, es el carácter de radio estatal el que

nos permitirá explicar, desde las condiciones de producción, no sólo los límites de su funcionamiento sino también las *brechas productivas* que son resultado de la ausencia de presión del mercado y desde las cuales se intenta construir un proyecto comunicativo democrático que se diferencia de las radios comerciales.

Nos preguntamos por las características que se actualizan en la programación en relación con este contexto y por la *escucha* que se propone desde su territorio, no sólo en cuanto a la actividad interpretativa sino también y, fundamentalmente, a todos aquellos aspectos que conforman la atmósfera acústica de la misma y, en particular, al fenómeno de dispersión, el *espejeo de los significantes* al que Barthes llamó *significancia* (1986). Nos preguntamos, entonces, no sólo por la palabra en cuanto contenido —que suele ser excesiva en los proyectos de radio populares y/o alternativos a los modelos hegemónicos— sino por aquellas cualidades que acercan la oralidad a las culturas premodernas, la adscriben a la experiencia y a *estilos estéticos vinculados a la interlocución con el acompañamiento del cuerpo*.

En este caso queremos compartir algunas consideraciones acerca de AM 750 Radio Nacional Córdoba¹ y detenernos en ciertas estrategias del discurso radiofónico que dependen de las posibilidades de constitución de equipos de producción y de trabajo enmarcados en el proyecto de una radio del Estado. Dicho proyecto se plantea aportar, desde el periodismo, a la construcción de una sociedad democrática, abordar una agenda pública alternativa a las lógicas de la industria cultural, valorizar los actores sociales y las voces de actores sociales acorraladas en sus territorios de origen o de actuación cultural y no contemplados por los medios hegemónicos. Sergio Tagle, periodista del equipo de la mañana, reivindica la radio como lugar de *múltiples voces y plurales encuentros*.

El 1 de agosto de 2007, en consonancia con la presencia de una nueva directora, hecho que sí depende de una decisión gubernamental, AM 750 Nacional Córdoba, presentó su nueva programación. Esta presentación se realizó en el Auditorium y el público pudo participar de la salida al aire. Los eslóganes ubicaban el evento de la siguiente manera:

*AM 750... Más que radio.
En nuestra radio nos encontramos.*

¹ Nuestro trabajo se circunscribe a la programación del año 2007.

*Es un espacio público,
Donde la gente de todos los tamaños y colores
Se puede manifestar...
Donde el mensaje de todos los que no tienen micrófono vale mucho...
Así como la diversidad cultural...
La libertad...
El espacio público...
Por eso somos MÁS QUE RADIO.
AM 750 Radio Nacional Córdoba. 49 años pensando en nacional.*

Un corte de luz hizo que se suspendiera la transmisión durante más de una hora, mientras el acto se realizaba a oscuras y la voz del presentador y de los locutores se convertía en una interpelación total a los receptores presentes. Situada por encima del contacto tecnológico, se instalaba la transferencia, el “escúchame” que conducía a una interlocución en la que el silencio del que escucha es tan activo como las palabras de quien habla. La magia de la voz daba lugar a la presencia de los cuerpos y ponía en evidencia el abandono del Estado respecto de la radio, la pobreza tecnológica ya que ésta ni siquiera cuenta con un generador. El corte de transmisión, siendo el pan de cada día, es una metáfora del abandono no sólo de Radio Nacional sino de todo plan estratégico respecto de la comunicación pública en nuestro país.

No obstante, los periodistas destacaron, en una atmósfera acústica tranquila y respetuosa, que trabajan sin demasiada censura o autocensura y jerarquizaron los discursos del pensamiento, el carácter educativo de la radio, el valor de la palabra como formadora de esquemas de pensamiento y, por lo tanto, de la responsabilidad activa que le compete para no acompañar la caída patética de la gente, cuando en general hay pocas señales de resistencia, como apuntó Quique Pesoa, conductor de *El desconcierto de los domingos*.

Queremos destacar aquí que –de acuerdo con el trabajo del equipo de investigación que presentamos en este volumen– en nuestra perspectiva de análisis la “acepción fuerte de resistencia, como terreno de construcción del antagonismo, implica la incorporación de la alternativa, la alteridad, el otro, el contrapuesto, lo no dado, el aún no –la utopía posible que proponía Ernst Bloch– construido en función de lo existente pero que lo rebasa” (Modonesi, 2006).

A partir del eslogan *Somos información y opinión pública, espacio de encuentro artístico, somos Nacional Córdoba. Más que radio*, nos han llamado la atención dos aspectos que caracterizan la interlocución que se propone desde la programación de Radio Nacional Córdoba:

1) El diálogo

Se plantea desde una programación sin periodistas “estrella” y la participación de los oyentes no está al servicio de una pseudodemocracia regida por las leyes del mercado. No se busca legitimar la emisora con un muestrario de voces de origen geográfico diverso (según el poder de alcance) que apunte a la diversidad desde el consenso y que hace de las llamadas recibidas el argumento fundamental acerca del ciudadano en el discurso del programa (Winocur, 1996). En el caso de Nacional, en los programas periodísticos informativos no hay citas directas de llamados telefónicos de la audiencia, no hay bloques constituidos por llamados sobre un eje temático preestablecido, los oyentes participan por medio de mensajes telefónicos o correos electrónicos y en general son expresión de problemáticas sociales.

Nos vamos a detener en *La loca de la casa*, programa que se emite de 11 a 12 conducido por Fabiana Bringas y que va luego de *La Romería*, de 8 a 11 conducido por José Luis Romero y María Ester Romero. Ubicar estos programas en la grilla ya nos permite señalar algunas particularidades de la interlocución. Frente a la programación muy concentrada de las radios de AM, con pautas distribuidas en grandes segmentos del día, con predominio de magazines y hegemonía de periodistas “estrella” o periodistas empresarios, gestores del espacio radial, y por lo general de voces masculinas, en Nacional, la segmentación de los programas mantiene rasgos estilísticos armónicos, la voz femenina es central en los equipos, los títulos de los programas que apelan a saberes, o dichos populares como “La loca de la casa”, cuya denotación se une metafóricamente al carácter connotativo y poético...

“*La oveja negra, la mosca en la leche, el grano en la nariz, la loca de la casa, vocación por molestar...*” Referencias a lo común y por lo tanto a lo político y dichos populares desde los cuales se tiende a romper el dogmatismo y a tratar ciertas cosas que no *se pueden tratar en un horario central*,

según nos tienen acostumbrados las radios comerciales. La presentación recorta una franja de oyentes:

“Para los que creen que un mundo mejor es posible, que no todo está perdido, que algo podemos cambiar a nuestro alrededor. La loca de la casa. Somos optimistas bien informados”.

El programa, de una hora de duración, incluye como ámbito privilegiado el protagonismo de voces de oyentes que informan, participan en la autogestión de un proyecto y ejercitan valores. Valores como el de la solidaridad, en actividades comunitarias para responder con hechos a lo ominoso de la muerte por hambre en la comunidad toba; o el de la resistencia, en actos como el del movimiento en defensa de Ongamira y de todos los lugares en los que el atropello de la minería a cielo abierto es una amenaza o una realidad; o el de los jóvenes que luchan en contra de los avances de la explotación de la soja en Colonia Caroya. Se diría que sabe, según lo que preconizaba Bertold Brecht (1973) “no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él”. Es decir, constituye a los oyentes en abastecedores y hace posible el intercambio.

Se rompe de muchas maneras con las reglas y códigos de los escenarios mediáticos y se construyen ámbitos alternativos tanto en los géneros, modos de participación, temáticas, rol de la música; se rompe la monotonía y el monologismo para abrir el aire y obligar a la escucha, una escucha obligada a la libertad de escuchar, tan necesaria como la libertad de palabra. Una escucha en la que compiten el poder y el deseo, que escapa al control de las instituciones o a la institucionalización de la palabra para abrirse al diálogo que es comunicativo y pedagógico, no instrumental y manipulatorio (Huergo, 1980), sintetizando en lo informativo lo ameno y la diversidad. Se corre de la visión instrumental para ubicarse en la relacional, reivindicando un enfoque poético en el sentido constructivo del término.

2) La poesía

Lo artístico, entendido como ruptura de la lógica y rescate de la “significancia”, ruptura de lo expresivo para rescatar la capacidad de emo-

cionarse, se afirma en programas literarios y culturales que destacan el valor de los actos creativos y enfatizan la belleza del mundo. Una perspectiva poética como la de *Los jardines del Edén*, conducido por Jorge Marzetti los sábados de 17.30 a 19, es ya clásica en la programación. Se planta en la búsqueda de un mundo mejor desde una espiritualidad ecológica expresada en la selección de múltiples textos de la cultura. En la misma línea es de destacar el programa del mismo conductor *Celebración de la palabra*, que se emite todos los días de semana de 15 a 16 en el cual de manera semejante a la de los sábados, la cita es con la palabra poética, durante una hora los oyentes de la siesta pueden escuchar capítulos de novelas y quedar atrapados, como yo misma no hubiese creído que se pudiera, por ejemplo con *Garabombo el invisible* de Manuel Scorza, o los poemas de Miguel Hernández u Oliverio Girondo. Y en el encuentro de expresiones artísticas, queremos destacar como otro ejemplo, el programa *Si volvieran los dragones* conducido por José Estoppello los sábados de 15 a 16 y *Plaza del Ángel*, conducido por Lucio Carnicer a continuación del anterior, de 16 a 17.30.

Las voces de los conductores inauguran una relación con el mundo, con el otro, con los otros, con la voz de la poesía, de los poetas, con la música que vehiculiza imágenes, indica maneras de ser.

Escuchar se convierte en el juego de atrapar significantes a partir de estímulos sonoros, que provocan otros sentidos y rechazan desde la extrañeza el estereotipo auditivo.

La escena cultural se construye desde una verosimilitud de mundos en los que suena tanto el ritmo de la cumbia en versiones de Oaxaca, de Venezuela o de la Bersuit, canciones abiertas... ritmos que no son sino un antídoto *contra la pirotecnia sonora*.

El poema en la voz del poeta o en la del locutor, adquiere un tono exclamativo y su analogía con el canto distancia a quien escucha o lo sitúa ante lo poético.

La palabra, cargada de sonidos, en su multivocalismo y en sus diversas variables *paralingüísticas* (timbre, intensidad, entonación, acento) constitutivas de “tonos (granos) de la voz” específicos, cruza el presente con la memoria y va tejiendo en la significación la variada trama de las relaciones de fuerza sociales en imágenes corporales.

Y, para seguir parafraseando al Barthes de *El susurro del lenguaje* (1987) creemos que, frente al *farfalleo* al que nos tienen acostumbrados las

distintas estaciones del dial, algunos programas de Nacional Córdoba rescatan para la escucha el *susurro* de la lengua, la utopía de la música del sentido. Mientras, la variedad de temáticas y voces intenta abrir el universo de sentido para aportar a la *desnaturalización* de la sabiduría consensual ampliamente compartida, es decir, de las formas ideológicas que los medios de comunicación en general suministran e institucionalizan.

Y, según titulamos este trabajo, *escena cultural e interlocución radiofónica*, lo cerramos con las siguientes preguntas:

¿Quién puede afirmar que la lectura emotiva impuesta en la voz de la poesía con el modo de decir de Pablo Neruda, por ejemplo, no es una pauta ideológica de la escucha que el artificio de la voz de los 90 logra romper a modo, por ejemplo, de Nicanor Parra?

¿Quién podría decir, entonces, que la locución *espontánea, acelerada, porteño-neutra* estilo FM impuesta en las AM es la única aceptable mientras el multivocalismo sereno sería definitivamente monótono según las mismas pautas?

Bibliografía

- Barthes, R. (1986) *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Paidós, Barcelona.
- Barthes, R. (1987) *El susurro del lenguaje*. Paidós, Barcelona.
- Brecht, B. (1973) *El compromiso social en literatura y arte*. Península, Barcelona.
- Fernández, J. L. (2003) “El hojaldre temporal de lo radiofónico” en *Memoria del arte, memoria de los medios*. Steimberg y Traversa Edit, Buenos Aires
- Hall, S. (1981) “La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico” en Curran J. et al. *Sociedad y comunicación de masas*. FCE, México.
- Huergo, J. (1980) *Comunicación / educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. EPC, La Plata.
- Modonesi, M. (2006) “Resistencia: subalternidad y antagonismo” en *Rebelión*, <http://www.rebellion.org>
- Porrúa, A. (2006) La puesta en voz de la poesía, en revista *Punto de vista*

Nº 86, Buenos Aires.

Tagle, S. (2007) “Proyecto para Radio Nacional Córdoba” en *Hacer diciendo*. Colectivo Radio Revés, ECI, Universidad Nacional de Córdoba.

Winocur, R. y Giglia, A. (1996) La participación en radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas, en revista *Perfiles latinoamericanos*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México.

CAPÍTULO III:
ALTERNATIVAS EN LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y PROCESOS EDUCATIVOS

Eva Da Porta
evadaporta@gmail.com

A lo largo de este libro, se ha abordado la problemática de la alter-natividad en los procesos de comunicación desde diversos ángulos, consi-derando fundamentalmente su relación con la hegemonía y las caracterís-ticas particulares que adquieren estos procesos según los espacios en los que se desarrollen.

Nos interesa en este momento, recuperar esas reflexiones y detener-nos a pensar acerca de la estrecha vinculación que se establece entre comu-nicación alternativa y procesos educativos y destacar a la vez la riqueza pedagógica que plantean este tipo de prácticas de comunicación en espa-cios educativos.

La comunicación alternativa propone otros flujos de información, otras modalidades, otras voces, otros relatos distintos y críticos respecto de los que circulan por las autopistas hegemónicas de la información y los medios monopólicos concentrados en torno a poderes económicos y polí-ticos muy potentes. Esa *otra* comunicación en el sentido más pragmático del término instaura a su vez nuevos interlocutores y explora nuevas for-mas de articularlos. Propone *otros* discursos diría Simpson Grinberg (1981), autor muy citado en este volumen. Discursos que, a su vez, transforman y son transformados por las condiciones en que son producidos y recibidos. Este proceso doble es particularmente interesante en las prácticas de co-municación alternativa puesto que apuntan a cambiar el contexto, su dí-námica social y política y muchas veces es el propio discurso el que lo transforma. A modo de ejemplo podemos citar las experiencias desarrolla-

das por las radios campesinas en Latinoamérica que al habilitar como emisores a sujetos que tradicionalmente sólo han sido audiencias, proponen un cambio muy profundo en las condiciones en que esa experiencia se plantea. Alternativa no sólo en términos comunicacionales sino fundamentalmente en términos sociales.

Estas transformaciones en las dinámicas propias de la comunicación masiva, que se apoya en el modelo lineal *emisor-mensaje-receptor*, movilizan aspectos políticos y culturales de gran interés para los procesos educativos tradicionales, cuyo modelo de alumno receptor pasivo parece fatalmente herido de muerte. Los procesos de comunicación alternativa que buscan instaurar en la posición enunciativa a sujetos que han estado privados de la palabra pública, permiten nuevos posicionamientos en la cultura más activos y resistentes. Estos cambios no pueden desarrollarse al margen de procesos sociales más complejos cuya dimensión educativa no es menor. Tal como lo planteaban hace ya algunas décadas algunos autores como Díaz Bordenave (1978) o Mario Kaplún (1985) los procesos alternativos buscan la horizontalidad y la participación activa de los sectores no hegemónicos en pos de una democratización de la comunicación y de la cultura. Y estos procesos involucran dimensiones pedagógicas en sentido amplio pues los sujetos involucrados deben adquirir competencias comunicativas nuevas que les permitan salir de posiciones sociales y enunciativas estigmatizadas y explorar las formas de expresar, comunicar y difundir las ideas propias. La experiencia del Ejército Zapatista de Liberación Nacional con Internet pone en evidencia la complejidad y potencialidad de los procesos políticos y educativos que estos usos alternativos de los viejos y nuevos medios pueden generar. No se trata sólo de una cuestión de acceso, de democratizar el acceso sino de apropiación y usos. Y estos aspectos requieren, como propone Mattelart (2003), una *pedagogía de apropiación crítica*.

Los aportes de la pedagogía crítica para pensar la comunicación alternativa

Comunicación y educación están inextricablemente unidas por el diálogo y la construcción colectiva de un mundo en común, según la perspectiva liberadora de Paulo Freire (1973). Pero sólo en procesos contra hegemónicos este par adquiere estas características y sólo en el marco de

perspectivas pedagógicas críticas que busquen propiciar procesos emancipatorios y problematizadores de la realidad. La importancia de la obra de Freire y su gran capacidad de interpelación radica en la relevancia que le da a la construcción social de sentido en los procesos de liberación. Esta centralidad de lo simbólico, que se evidencia en el lugar que le otorga al lenguaje, define una perspectiva hermenéutica que redimensiona el momento pedagógico como un momento fundante y constitutivo del sujeto. Como la posibilidad de desaprender los significados impuestos por las instancias de poder y la oportunidad de construir colectivamente nuevos sentidos. En ese sentido, los vínculos entre ambas perspectivas se profundizan si consideramos *lo político* como una dimensión constitutiva tanto de las prácticas educativas como de las de comunicación alternativa. Para aclarar esta cuestión es interesante trabajar la diferencia que Mouffe establece entre la política y lo político. Señala con claridad que:

Con la expresión “lo político” me estoy refiriendo a la dimensión de antagonismo inherente a toda sociedad humana, un antagonismo que, como he dicho, puede adoptar múltiples formas y puede surgir en relaciones sociales muy diversas. La “política”, por otra parte, se refiere al conjunto de prácticas, discursos e instituciones que intentan establecer un cierto orden y organizar la coexistencia humana en condiciones que siempre son potencialmente conflictivas porque se ven afectadas por la dimensión de “lo político” (1999).

De este modo, y retomando el argumento anterior, proponemos rescatar de la pedagogía crítica la posibilidad de trabajar lo político a partir de procesos educativos colectivos, dialógicos, horizontales y participativos. Procesos a partir de los cuales, las demandas de grupos excluidos puedan hacerse oír, puedan acceder al espacio de lo público y proponer discursos antagónicos a las versiones oficiales, legitimadas y reconocidas de la hegemonía. La pedagogía es entonces una práctica cultural y política que adquiere forma no sólo en los espacios escolares sino en contextos sociales diversos donde se apunte a revertir la situación de exclusión y desigualdad social, cultural, educativa.

Para ello es necesario, como señala Mc Laren recuperar esta noción agonística de lo educativo, como espacio de lucha simbólica, como espacio de disputas de saberes y abandonar ciertas versiones edulcoradas de los últimos años, teñidas de interculturalismo vacío.

Una vez considerada por los cobardes guardianes del sueño americano, como un término de oprobio, la pedagogía crítica se ha vuelto tan completamente psicologizada, tan liberalmente humanizada, tan tecnologizada, y tan conceptualmente posmodernizada, que su corriente relación con mayores luchas de liberación parece severamente atenuada, si no fatalmente terminada (2003: 4).

Podríamos señalar el mismo proceso de licuación para ciertas propuestas de comunicación alternativa desarrolladas en la década del 90 que con una mirada estetizante y multicultural desactivaron *lo político* que estas prácticas son capaces de movilizar en contextos de exclusión social específicos. En ese marco reconocemos la importancia de pensar *lo político* en los procesos de comunicación y educación así considerados en el sentido que plantea Ranciere (1995)

[...] como una dimensión analítica en la que las relaciones sociales se asumen como relaciones de poder de índole diversa, que recrean dominación y resistencia de diversas modalidades: negociación, imposición, consenso, disenso, adopción, negociación, etc. (López Pérez en Jiménez García (comp.), 2006: 161).

Es entonces posible pensar la comunicación alternativa en términos educativos si consideramos su capacidad para participar en la tensión política que se planea entre dominación y resistencia, entre hegemonía y antagonismo en el seno de la cultura. Los procesos de comunicación alternativa sólo si se piensan, diseñan y actúan en estos términos dialógicos, dinámicos y conflictivos con las condiciones que generan y propician la exclusión pueden desarrollar su potencial pedagógico y transformador para los sujetos involucrados.

Lo anterior implica revisar el modelo comunicacional lineal que muchas veces subyace a las prácticas y retomar perspectivas dialógicas, dinámicas y mediacionales que enriquecen notablemente las posibilidades de los sujetos involucrados de crear, negociar, discutir y proponer nuevos sentidos, en tanto no pueden ya pensarse como polos de un circuito (emisor o receptor) sino como nodos constitutivos de una cadena de sentido infinita. En este punto nuevamente la propuesta freirena es superadora y plantea el indisoluble vínculo entre educación y comunicación. Freire señala que la educación liberadora es una práctica social en la que se involucran dimensiones cognoscitivas, en tanto se apunta a problematizar la rea-

lidad y esa problematización implica necesariamente un vínculo comunicativo, entre sujeto y objeto de conocimiento, pero también entre sujetos cognoscentes. Siempre se pone en juego la relación interpersonal, dialógica, constitutiva de lo subjetivo entendido en términos sociales. Lidia Rodríguez señala a propósito de la propuesta de Freire que:

El carácter gnoseológico de la educación está estrechamente ligado a su carácter dialógico. El sujeto no piensa solo. El pensamiento tiene una doble función: cognoscitiva y comunicativa, porque la comunicación que es necesaria para el conocimiento implica reciprocidad, no puede haber sujetos pasivos (2005).

Si recuperamos esta concepción dialógica para pensar las prácticas de comunicación alternativa se evidencia la necesidad de considerar no sólo las instancias de emisión de mensajes sino también las instancias de recepción, ambas como aspectos indivisibles de esos procesos sociales de constitución del sentido. En este punto también es posible considerar la dimensión educativa, la dimensión pedagógica involucrada en los procesos comunicativos pues si hay que aprender a ser enunciadores de mensajes alternativos también se hace necesario aprender a ser enunciatario. La recepción es una instancia que debe reaprenderse en las prácticas alternativas de comunicación. Los discursos alternativos deben crear sus propios horizontes de reconocimiento, deben proponer contratos de lectura acordes a los objetivos emancipatorios y construir así posiciones de sujeto para sus públicos que los interpelen verdaderamente como sus receptores. En ese marco, es oportuna la definición de Rosa Nidia Buenfil Burgos sobre *lo educativo* como todo proceso en el que a partir de

[...] una práctica de interpelación, el agente se constituye como un sujeto de educación activo incorporando de dicha interpelación algún nuevo contenido valorativo, conductual, conceptual, que modifique su práctica cotidiana en términos de transformación radical o en términos de una reafirmación más fundamentada (Documentos DIE 26: 13).

Los procesos educativos pensados en términos de pedagogía crítica permiten pensar los modos en que los sujetos pueden abrir brechas, *caminos alternativos*, en la cultura entendida como un espacio contradictorio, de lucha, disociación y diversidad de discursos. Por eso Mc Laren señala

que estos procesos no sólo deben propiciar la aceptación de la diversidad sino también la concientización (en el sentido freireano) y la denuncia acerca de cómo esas diferencias se transforman en relaciones asimétricas de poder (Mc Laren en Czerlowski, 2005). La pedagogía crítica ofrece interesantes perspectivas para repensar los procesos de comunicación alternativa en tanto propone estos desplazamientos de los roles comunicacionales tradicionales y también en los roles educativos. Giroux señala que esta pedagogía es una pedagogía de frontera en tanto apunta a traspasar los límites culturales, políticos y epistemológicos impuestos por el poder. La pedagogía de frontera, cuyo mayor exponente es Freire plantea “cómo tales movimientos ofrecen la oportunidad de nuevas posiciones subjetivas, identidades y relaciones sociales que pueden producir resistencia y alivio de las estructuras de dominación y opresión”¹ (2005). La comunicación alternativa también puede ser una comunicación de frontera, que atraviese los límites del género, de los condicionantes tecnoeconómicos, de los pactos de lectura tradicionales y de los modos de constituir los públicos como consumidores. Si trasciende las fronteras que le imponen el mercado y la hegemonía mediática.

Cierre

Pensar la comunicación alternativa desde la pedagogía crítica permite revalorizar estas prácticas en tanto procesos educativos emancipadores. La noción de diálogo, en el sentido freireano del término, ofrece elementos para complejizar los procesos de significación implicados y de ese modo potenciar las prácticas y las modalidades comunicativas planificadas desde esta perspectiva contrahegemónica. A su vez, pensar los procesos educativos desde la propuesta de la comunicación alternativa implica asumir que la producción de conocimiento siempre se debate en espacios de lucha y que el uso de los medios de comunicación puede ser una estrategia política apropiada para acceder al espacio de lo público y disputar la producción de sentido en ese escenario.

¹ Texto tomado del artículo “Paulo Freire y las políticas del ostcolonialismo” de Henry Giroux (2005) disponible en [www.dr_Henry A_ Giroux.3.htm](http://www.dr_Henry_A_Giroux.3.htm) (consulta febrero de 2008)

Bibliografía

- Czerlowski, M. (2005) *La pedagogía crítica y la recuperación de la utopía*. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Facultad de Ciencias Sociales, Pedagogía, ficha de cátedra. Disponible en http://www.unlz.edu.ar/Catedras/S-Pedagogia/Artic5.Htm#_Ftn1 (consulta marzo de 2008).
- Díaz Bordenave, J. (1978) *Aspectos políticos e implicaciones políticas de la comunicación participativa*. Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participativa. CIESPAL, Quito.
- Freire, P. (1973) *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores, Madrid.
- Jiménez García, M. (comp.) (2006) *Los usos de la teoría en la investigación*. Plaza y Valdes, México.
- Kaplún, M. (1985) *El comunicador popular*. CIESPAL, Quito.
- Mattelart, A. (2003) Intelectuales, comunicación y cultura: entre la gerencia global y la recuperación de la crítica en *Revista de economía política de las tecnologías de la información y comunicación Vol.V, N° 1*. Disponible en www.eptic.com.br (consulta diciembre de 2007).
- Mc Laren, P. (2003) “Pedagogía crítica en la época de la resignación” en *Barbecho, revista de reflexión socioeducativa N° 2*, Colombia.
- Mouffe, Ch. (1999) *Por una política de identidad democrática*. Conferencia en el seminario Globalización y diferencia cultural, MACBA-CCCB. Disponible en www.macba.es/castellano/0909_04-html
- Rodríguez, L. (2005) “Producción y transmisión del conocimiento en Freire” en *Lecciones de Paulo Freire. Cruzando fronteras: experiencias que se completan*. Disponible en www.inau.gub.uy/biblioteca/freire.pdf.
- Simpson Grinberg, M. (Comp.) (1981) *Comunicación alternativa y cambio social I*. América Latina. UNAM, México.

EL DISCURSO MEDIÁTICO ALTERNATIVO EN (DESDE) LA ESCUELA

Eduardo Pelosio
epelosio@gmail.com

Durante las últimas décadas ha sido habitual considerar a la escuela como un lugar de reproducción del discurso dominante. Esto es así tanto en la versión más clásica y funcional de los estudios de raigambre marxista (De Ípola, 2005) expresados en el concepto althusseriano de *aparato ideológico del Estado*, como en análisis menos rígidos tal el que lleva adelante Bourdieu a propósito de la reproducción.

Pedagogos críticos que reconocen el legado teórico de Paulo Freire (2002) han considerado a la escuela como la institución por excelencia para llevar adelante la “educación bancaria” que consiste, entre otras cosas, en silenciar las voces de los oprimidos.

En este trabajo me pregunto por la posibilidad de existencia de un discurso alternativo (con respecto al discurso mediático hegemónico) en el seno de esta particular institución que llamamos escuela, cuya actual configuración apenas supera el siglo de existencia (Carli, 2001). Por lo tanto no me refiero a la educación en general, cuestión válida pero difícilmente abarcable aquí.

Es notoria la crisis en la que está sumergida la escuela como institución y su cada vez menor capacidad para cumplir con las funciones que le han sido asignadas históricamente; esto es: transmitir los conocimientos y valores considerados hegemónicamente como valiosos y contener a los jóvenes con “conductas peligrosas” en un espacio de sociabilización.

Sin embargo, en esta crisis anida también una oportunidad. Un ejemplo: ya desde los últimos años del siglo pasado, en la conmemoración

del *12 de octubre* el contenido de “día de la raza” aparece cada vez más diluido mientras ganan fuerza conceptos como “genocidio indígena”, “invasión cultural” e “imperialismo”. Este notable cambio es el resultado de la acción de un importante número de profesores críticos, de organizaciones civiles y de los propios estudiantes.

La Ley de Educación actual reivindica como un objetivo deseable el de formar jóvenes con capacidad crítica¹. No faltan quienes consideran que ésta es sólo una declaración formal. Sin embargo, análogamente, parece necio desconocer las ventajas de la inclusión de los derechos civiles, de algunos derechos sociales y de la declaración de los derechos humanos en la letra de la Constitución.

Sobre si el interrogante es pertinente, me parece apropiado mencionar las conclusiones de una experiencia realizada en el segundo semestre del 2005 en varias escuelas secundarias de Córdoba Capital en el marco del proyecto *Articulación Escuela Media y Universidad*. En el informe final se destaca la opinión mayoritaria de los profesores quienes afirmaron que sus alumnos asumían el discurso mediático de manera pasiva y acrítica.

Sin embargo, cuando a los adolescentes se les planteó una instancia de taller donde reflexionar acerca del modo cómo los medios los representan en cuanto jóvenes, estos se mostraron sumamente activos y capaces de un análisis crítico a pesar de no contar con herramientas teóricas suficientes. En este muy sencillo taller los alumnos volcaron en un afiche la reflexión colectiva sobre el modo en que los medios los describen y luego, en otro afiche, el modo en que les gustaría ser representados. Más tarde, en la instancia de producción, cuando se les propuso generar su propio discurso, volvió a manifestarse nítidamente la perspectiva crítica: los chicos, uno por uno, criticaron o se diferenciaron del modelo de joven propuesto por los medios. Es decir, los alumnos fueron capaces de construir un discurso alternativo a contramano de las expectativas de sus propios profesores.

Lo alternativo no hace referencia a un tipo de discurso específico, tampoco a un formato en particular. Se trata de un discurso que mantiene una relación *conflictiva* con el discurso del sistema de medios que actúa en

¹ La nueva Ley de Educación Argentina, sancionada en diciembre de 2006, incluye entre los objetivos de la educación secundaria el apartado -e: “Desarrollar las capacidades necesarias para la comprensión y utilización inteligente y crítica de los nuevos lenguajes producidos en el campo de las tecnologías de la información y comunicación”.

el centro de la actual hegemonía discursiva. Por lo tanto se trata de un discurso cuestionador. Poner en discusión lo hegemónico es alternativo.

La recepción también puede ser alternativa

Que otros se jacten de los libros que les ha sido dado escribir, yo me jacto de aquellos que me fue dado leer.

Jorge Luis Borges²

El sutil tono irónico que caracteriza la palabra de Borges nos sirve de puerta de entrada para mirar lo alternativo desde otro lugar. El argentino que “no ganó el Nobel” siempre reconoció la instancia de la lectura, hoy diríamos recepción, como inseparable del proceso de producción de sentido.

Por lo pronto, es posible pensar la alternatividad como un proceso completo que comprende todos los momentos que, articulados entre sí, producen sentido. Es más, cuando pensamos en un discurso alternativo, tenemos que tener en cuenta que sólo puede haber producción de un discurso cuestionador si previamente hay *análisis crítico* del discurso hegemónico (en el sentido lógico, no temporal o secuencial).

El análisis crítico se convierte así en una de las condiciones de posibilidad (Foucault, 1996) de la producción de un discurso alternativo³, de modo que una lectura crítica (Piette, 2002) implica siempre la posibilidad de una lectura alternativa. Es decir, una lectura que se desplaza, se corre, cambia de perspectiva, sobre lo esperado por el emisor. Así, la lectura del sujeto real (receptor) se distancia en distintos grados, llegando incluso al extremo de la oposición total, con respecto al destinatario (Verón, 2004) o al lector modelo (Eco, 2000) construido (en el discurso) por el productor-emisor.

En este plano de ideas, Emilio de Ípola (2005) destaca que la “producción social de significaciones” incluye necesariamente el momento de la recepción o consumo. De Ípola argumenta, haciendo una analogía con

² Prólogo a la colección Biblioteca Personal, Hispamérica. Madrid, 1985.

³ Cuando el discurso alternativo se postula en (desde) la escuela, entre sus condiciones de posibilidad debemos incluir además determinadas condiciones tecnológicas, cierta libertad de cátedra y un espacio institucional favorable.

el análisis de Karl Marx sobre el funcionamiento del capitalismo contemporáneo, que detenerse en el análisis de las significaciones sociales es detenerse en el análisis del producto. Esto es como si Marx se hubiera detenido en el análisis de la mercancía, dejando de lado tanto la producción como el consumo (justamente allí donde las ideas toman cuerpo y se articulan con la cultura).

Como plantea Carlos Mangone (2004) desde su cátedra “la alternativa es (también) un problema de recepción: una persona está callada no solamente cuando no habla sino cuando no puede interpretar, entonces la alternatividad también es crear receptores críticos”.

El pensamiento crítico aplicado al discurso de los medios incluye no sólo la reflexión, racionalidad y capacidad para establecer relaciones con los otros discursos presentes en la cultura (Piette, 2000), sino también el cuestionamiento de un “sentido común” que Stuart Hall (1981: 368) describe como: “el residuo de una sabiduría consensual absolutamente básica y de acuerdo mutuo, que nos ayuda a clasificar el mundo en términos simples pero significativos”.

Para Hall, el sentido común “no requiere razonamiento, argumento, lógica ni pensamiento, podemos disponer de él espontáneamente, es totalmente reconocible y ampliamente compartido”. Parece “como si” siempre hubiera estado ahí. Sin embargo, tiene un contenido y una historia. Esa historia incluye nuestra experiencia con los medios. De modo que, al analizar su estructura y revelar su historicidad, el pensamiento crítico permite hacer visible su construcción ideológica.

El pensamiento crítico actúa además contra buena parte de nuestra experiencia en cuanto público. Una experiencia que ha sido largamente construida y sedimentada en la medida que vamos aceptando el rol de “receptores sin voz” propio del diálogo profundamente desigual que mantenemos con los medios.

La corriente funcionalista en los estudios de comunicación ha tratado tradicionalmente a los públicos como un “dato” de la realidad, como un objeto social dado. Esta idea ha sido revisada, prestando más atención a la actividad de los medios como constructores, por un lado, y a la actividad de los receptores por otra. Marita Mata nos propone concebir a los públicos (también a los públicos juveniles) como a individuos que:

[...] aceptan un rol genérico diseñado desde el mercado mediático con arreglo a normas y competencias que él mismo provee y que se entre-

cruzan con las adquiridas por los sujetos en otros ámbitos de la vida social. Lo que marca el carácter construido del público es justamente la adopción de ese rol que constituye un nuevo y significativo referente identitario [...] Desde él –en convergencia o conflicto con otros referentes– los individuos actuamos. No sólo consumimos (2000: 87).

Por otro lado, Mangone (2004) insiste: “Los talleres de recepción parecen una cosa muy importante para construir públicos (críticos)”. Podemos subrayar en esta propuesta que se parte de considerar el carácter construido del público crítico del mismo modo que el sistema de medios construye y propone la asunción de cierto rol a *su* público. De manera que el público crítico tampoco es un sujeto social dado, un “dato” de la realidad, sino una construcción, donde la escuela tiene algo que decir.

Uno de los grandes mitos edificados por el discurso hegemónico gira en torno a que el receptor cuenta con la libertad de elegir el discurso de su agrado y, en última instancia, “apagar el aparato receptor” (de modo que la televisión por cable sería un modelo al que se debe aspirar). Sin embargo, esta libertad sólo se concreta en la medida en que se ejerce: “la libertad de recepción se conquista, igual que la libertad de expresión” afirma Armand Mattelart (2004: 82).

Trabajar sobre la recepción no es nuevo: ya en 1977 Mario Kaplún, inspirado en Paulo Freire, diseñó y puso en marcha con los campesinos uruguayos el método Casete-Foro, un *programa de investigación-acción* cuyo objetivo principal era “hacer del proceso comunicacional un diálogo intergrupual –un proceso real de ida y vuelta–, y volver a los receptores más críticos y participativos”⁴.

Sin embargo, ésta y otras experiencias similares se realizaron por fuera del sistema educativo formal. Como señalé más arriba, el siglo XXI nos encuentra con la posibilidad de trabajar la recepción / emisión de manera crítica en el seno mismo del sistema educativo. Con sus limitaciones y condiciones (en el sentido de Verón, 2004), claro está, pero desde dentro.

Si nos planteamos un taller de recepción tendremos que incluir de algún modo el análisis de las propias condiciones de recepción, es decir desde dónde, desde qué cultura, desde qué condiciones sociales estamos leyendo la producción mediática.

⁴ Reseña en <http://www.vivalaradio.org>

Para el diseño de un taller de recepción crítica contamos hoy con algunas herramientas semióticas que pueden ser adaptadas y simplificadas, sin llegar a la vulgarización⁵, para trabajar con jóvenes alumnos. Estas herramientas pueden dar cuenta de algunas condiciones de producción, gramáticas y retóricas (Verón, 2004) que permitan una lectura crítica de los medios. Por ejemplo: el modo en que se construye la idea de *joven*, de la *diversión y del conocimiento*, del rol de la mujer, de lo *propio* y del *otro*, de la violencia como expresión, etc.

No se trata de enumerar un recetario de categorías a las que apelar para un análisis semiótico aplicado a la producción mediática cuyo destinatario son los jóvenes. Tampoco de buscar respuestas acabadas. Sino de construir, junto a los alumnos, algunas preguntas fructíferas en el momento de pensar los medios.

En otras palabras, más que un contenido o un procedimiento, una actitud: preguntar, cuestionar, una y mil veces. ¿Por qué los medios se dirigen a mí de esa manera? ¿Por qué esas imágenes y esas formas se repiten? ¿Por qué estas otras no aparecen nunca? ¿Para qué me piden que mande el mensaje de texto si ya saben la respuesta? ¿Qué pasa si no son los medios los que deciden de qué y cuándo hay que hablar?...

En sus momentos iniciales (durante los 60 y 70), la *educación en medios* asumió una postura defensiva centrada en describir la mecánica de la producción en medios y la denuncia de sus peligros y manipulaciones. A partir de la digitalización e Internet la disciplina ha migrado a una concepción más proactiva, buscando que el público “aprenda a elegir y a participar mucho más activamente no sólo en el consumo sino, sobre todo, en la producción de medios” (Piscitelli, 2005).

Sin embargo, los educadores en medios mantenemos la desconfianza por los gustos que los jóvenes manifiestan en su relación con los medios. David Buckingham (2002) afirma categóricamente: “No nos fiamos de la sensualidad, de la emoción y la racionalidad y encontramos difícil tratarlos cuando inevitablemente aparecen”.

El placer y el juego son aspectos centrales de nuestras relaciones con los medios de comunicación. Los aspectos irracionales, corporales y eróticos

⁵ Armand Mattelart considera que la divulgación de la ciencia, redefiniendo el concepto de vulgarización, en una *sociedad del conocimiento* es uno de los grandes desafíos que deben encarar los estudiantes de comunicación.

cos son fundamentales en la experiencia social, a pesar de que a menudo se lo niegue.

Más que preguntarnos, entonces, por qué los jóvenes de 13/20 ven Gran Hermano 5, 6, 7 (y van...) deberíamos preguntarnos cómo y para qué lo ven; pues allí están algunos de los temas más caros a este segmento etario: las emociones, lo lúdico y lo sensual, mezclados y combinados como muy escasas producciones mediáticas ofrecen. Y con el plus de una mínima intervención mediante uno de los aparatos de comunicación más valorados por los jóvenes: el celular.

Estoy convencido de que una de las claves del éxito del programa de Marley *Por el mundo*, frente a los documentales que tratan los mismos temas, es la risa. Esa contagiosa risa que tanto moviliza.

Una “lectura crítica” que descuide o directamente niegue estos aspectos dominantes en la vida de los jóvenes (en realidad en la vida de todos, más allá de nuestra edad y experiencia social) sirve de muy poco y hasta puede ser contraproducente.

¿Producción mediática alternativa desde la escuela?

Cuando Raymod Williams (1980) se propuso analizar el funcionamiento de la hegemonía en las sociedades contemporáneas puntualizó que “lo alternativo podrá estar en los intersticios mismos de lo hegemónico o al margen, es indistinto, lo diferencial es que propone otras interpretaciones que disputan las interpretaciones hegemónicas”. Sin duda, la producción alternativa en la escuela se da a través de los intersticios del sistema. Una revista o una radio escolar pueden cumplir funciones alternativas cuando no respetan la lógica del mercado y se abren a temáticas que están fuera de la agenda de los medios hegemónicos, aunque mantengan los formatos tradicionales.

Indudablemente las TIC y la Web proponen un escenario muy dinámico para la producción alternativa. Los medios digitales –sobre todo Internet– han aumentado de manera considerable la participación activa, a pesar de que la mayoría de las personas no tienen acceso a ella y corren el riesgo de la exclusión y la falta de representatividad (Buckingham, 2002). Los límites entre los medios masivos y la comunicación interpersonal, entre los productores y los consumidores son cada vez más difusos.

En este marco se destaca el desarrollo de *nuevos medios*, que han ido creciendo al calor del aprovechamiento por parte de los usuarios de las tecnologías disponibles. Una tecnología no implica necesariamente la consolidación de un nuevo medio, pues éste, además de un dispositivo tecnológico, se construye alrededor de un sistema de prácticas de producción / reconocimiento (Verón, 2004) y una historia que articula y sedimenta esa relación (Mata, 2000).

Desde hace varios años con la irrupción de los blog, la explosión del fenómeno YouTube a partir de 2005 y, en estos días, el prometedor podcast, se están expandiendo las posibilidades de expresión de nuevas voces en el espacio público.

Los conceptos de *Web 2.0* y *empoderamiento* del usuario vienen a describir esta dimensión de Internet donde los nuevos medios encuentran su mejor entorno para desarrollarse. La interacción entre usuarios y productores, la edición colaborativa en medios y el diálogo virtual (Varela, 2006) que se expande como nunca antes son sus principales características.

No se trata de caer en una visión ingenua, unilateral y celebratoria de estas posibilidades: nada tienen que ver con una producción alternativa como el supuesto periodismo participativo o ciudadano que proponen al consumidor grandes medios como La Nación o Canal 13⁶. Tampoco la propuesta marketinera que una empresa de colectivos de la ciudad de Córdoba hace a los usuarios para que, mediante mensajes de texto de su celular “controlen” la frecuencia de los colectivos.

La escuela ha participado muy débilmente de este proceso hasta ahora. Quizá porque la gran mayoría de los proyectos impulsados por los profesores han sido extremadamente regulados, con mucho miedo de “meter la pata” en el marco institucional, ofender a alguien en el espacio público o tener problemas con el copyright.

Las Web de ministerios, instituciones y asociaciones educativas (Educ.ar, Programa Escuela y Medios, etc.) empiezan a llenarse de “producciones estudiantiles” que no hacen otra cosa que replicar los formatos

⁶ La Nación “abre” una sección para –previa selección de la redacción– la participación del lector. Telenocheblog de Canal 13 convoca a cronistas ciudadanos a subir videos y fotos en un blog de la empresa (de donde se sirve su noticiero para ilustrar incendios, accidentes y demás crónicas urbanas).

mediáticos y poner en audiovisual los viejos contenidos que pocos años antes se hacían con afiche y marcador.

Es difícil que proyectos de este tipo puedan motivar a los alumnos a explorar posibilidades y a expresarse con libertad. Como dice Buckingham (2002): “los intentos de imponer una autoridad cultural, moral o política en los medios de comunicación con los que los jóvenes interaccionan diariamente no se toman en serio. Si, como en la mayoría de los casos, se basan en el menosprecio paternalista por los gustos de los jóvenes, es evidente que se han de rechazar”.

Aunque cada vez más alumnos y maestros tienen banda ancha en sus hogares, entre los sectores populares el cyber continúa siendo el principal medio de conexión con Internet. Para impulsar la producción mediática alternativa, la limitación más seria sigue siendo la bajísima conectividad en las escuelas. No obstante, el límite es más político que técnico y de infraestructura. Hay muy pocos maestros que promuevan estas iniciativas y muchos escollos institucionales que sortear.

Una producción mediática alternativa no puede desconocer las limitaciones y mediaciones institucionales, fundamentalmente las políticas de Estado a través de los ministerios de educación y las propias dinámicas de la escuela. También las lógicas del mercado, fuertemente presentes en las escuelas de carácter privado. Sin embargo, estas limitaciones / mediaciones no son cualitativamente distintas de aquellos proyectos que pretenden actuar “al margen” de lo hegemónico y se nutren de fondos provenientes de ONG, iglesias, etc.

Aún así, es notoria la falta de un portal en la Web u otras herramientas Web 2 para la distribución, intercambio y disfrute de la producción mediática juvenil, con búsquedas alternativas o no.

Lo que cada vez aparece más claramente es que los maestros podemos (y debemos) intervenir para que las “producciones estudiantiles” no se limiten a la imitación y a las “campañas de bien público” concebidas desde la lógica de no molestar al poder establecido.

Por lo pronto, alumnos y educadores trabajamos sobre materiales que no son originales ni réplicas perfectas (bajo el concepto del genio creador). Se produce a partir de los materiales simbólicos con los que se cuenta, es decir, a partir de la propia cultura mediática. Recuperando a Mijail Bajtin:

La experiencia discursiva individual de cada persona se forma y se desarrolla en una constante interacción con los enunciados individuales ajenos. [...] Las palabras ajenas aportan su propia expresividad, su tono apreciativo que se asimila, se elabora, se reacentúa por nosotros (1998: 279).

Por lo tanto, en una sociedad mediatizada, ¿cuánto de nuestro propio discurso se construye sobre la base de una palabra ajena que proviene de los medios?

Es necesario pensar la lógica de la producción mediática (y, en este marco, la producción alternativa) en la escuela. Si la producción es una parte inseparable del análisis ¿hay análisis crítico sin producción crítica o alternativa? Eva da Porta (2006) nos recuerda que “el pensamiento crítico debe estar orientado hacia la realidad, hacia su transformación”. Hay un encadenamiento lógico entre una recepción activa / crítica y la producción de nuevos discursos que contengan algún grado de alternatividad.

De manera sugerente el manual de Lengua para 6º grado de una muy importante editorial argentina⁷ lleva por título: *Comprender para comunicar*. Quizá para ubicarnos más adecuadamente e intervenir de manera productiva en la dialéctica entre la escuela y el sistema de medios habría que invertir los términos. Es decir, se trata de *Comunicar para comprender*; comunicar en el sentido completo que incluye necesariamente un sistema de producción/reconocimiento a la luz de explorar en sus más variadas dimensiones una relación dialógica y desigual.

No se trata de establecer quién fue primero: si el huevo o la gallina, sino de plantearnos una prioridad metodológica al momento de comprender la dinámica de la producción de sentido.

Así, una lectura crítica de la producción mediática quedaría trunca si se limitara a la contemplación, por más analítica que ésta sea. Debido a la propia interactividad presente en las nuevas tecnologías de comunicación, el alumno, afirma Jacques Piette (2000), “se ve constantemente implicado en un proceso en el que confluyen íntimamente las operaciones de selección, de análisis y de creación de producciones mediáticas”.

Esta idea es compartida por muchos maestros y también por planificadores y funcionarios del sistema educativo. Sin embargo, como bien describe David Buckingham:

⁷ Santillana, Edición 2007.

A pesar de que empezamos a reconocer el potencial de la producción de los medios, a menudo dudamos del juego creativo con significado que parece ofrecer. En última instancia, parece que el único aprendizaje que cuenta es el que se hace de manera consciente, es decir, el aprendizaje que se lleva a término de manera académica, crítica y discursiva (2002)

La producción sigue siendo un aprendizaje de segundo orden, un conocimiento “técnico” (de lenguajes y tecnologías) apto para el *Taller en Medios* pero difícilmente comparable al “análisis científico” de las materias teóricas. Es necesario repensar esta relación y para ello recordar la sentencia de Paulo Freire (1990: 32) “Estudiar no es consumir ideas, sino crearlas y recrearlas”. Difícilmente podamos llamar *estudiar* al acto de “reflejar” como un espejo las ideas o producciones de otros.

Una última reflexión sobre la relación entre escuela y alternatividad: más arriba se señaló que las nuevas tecnologías y los Nuevos Medios no son una igualdad (Piscitelli, 2005 y otros) sino una construcción ligada a prácticas sociales diferenciadas. Dentro de una lógica similar, puedo decir que el trabajo en el aula me enseñó que no se puede “enseñar” alternatividad. Del mismo modo que el diálogo educativo corre grave riesgo de romperse si pretendemos “enseñar” nuevas tecnologías de forma “bancaria” (Freire, 2002) depositando conocimientos a jóvenes cuyo medioambiente cultural está profundamente atravesado por las tecnologías casi desde el nacimiento, la alternatividad debe ser un “descubrimiento”⁸ (Carretero, 1995): el resultado de un trabajo colectivo y un diálogo crítico con los medios.

La gran mayoría de los educadores reconocemos que las nuevas tecnologías pueden convertirse en herramientas útiles para destrabar una nefasta combinación de “usuarios sin voz” y “escuela sin vida”. La tecnología es un valor apreciado por los jóvenes y considerado como propio. Difícilmente podamos dialogar acerca de sus usos “en y desde la escuela” si partimos de considerarnos los poseedores de un saber iluminista sobre la tecnología (cuestión, además, que es falsa a todas luces).

Como maestros, como profesores y como comunicadores lo que sí podemos hacer es potenciar, junto a los alumnos, sus capacidades de aná-

⁸ Probablemente no de una manera extrema, como la conocida frase atribuida a Piaget sugiere: “Todo lo que se le enseña a un niño impide que él mismo lo descubra”.

lisis y producción crítica, de modo que cuenten con herramientas conceptuales y tecnológicas para que la alternatividad sea posible.

Bibliografía

- Carli, S. (2001) Comunicación, educación y cultura. Una zona para explorar las transformaciones históricas recientes, en *Revista Alternativas* N° 14.
- Bajtin, M. (1998) *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI Editores, México.
- Buckingham, D. (2002) *La educación en medios de comunicación y el fin del consumidor crítico*, ponencia en las III Jornadas Técnicas del Proyecto Educativo de Ciudad “Comunicar y Educar”, Barcelona.
- Carretero, M. (1995) *Constructivismo y educación*. Aique, Buenos Aires.
- Da Porta, E. (2000) Apuntes para estudiar la mediatización de la cultura, en *Estudios* N° 13. CEA, UNC, Córdoba.
- Da Porta, E. (2006) “Escuela y Medios: Sentidos y sinsentidos” en *Jóvenes, identidad y comunicación: escuela, universidad y comunidad, nuevas formas de relaciones*. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación. Córdoba, Argentina.
- De Ípola, E. (2005) *La bamba. Acerca del rumor carcelario*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Eco, U. (2000) *Lector in fabula: La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Lumen, Barcelona.
- Freire, P. (2002) *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Freire, P. (1990) *La naturaleza política de la educación. Cultura, poder y liberación*. Paidós, Barcelona.
- Foucault, M. (1996) *Las palabras y las cosas: Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Hall, S. (1981) “La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico” en *Sociedad y Comunicación de Masas* (J. Curran compilador). Fondo de Cultura Económica, México.
- Huergo, J. (2001) *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP, La Plata.

- Mangone, C. (2004) *Apuntes de cátedra Teoría y Práctica de la Comunicación I y II*, Fac. Sociales, UBA. Buenos Aires.
- Martín-Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gilli, Barcelona.
- Martín-Barbero, J. (2002) *La educación desde la comunicación*. Norma, Buenos Aires.
- Mata, M. (2000) Indagaciones sobre el público en *Estudios N° 13*. CEA, UNC, Córdoba.
- Mattelart, A. (2004) Entrevista en *20 años de comunicación. Viejos problemas, nuevas preguntas*. Mate.
- Piette, J. (2002) Una educación para los medios centrada en el desarrollo del pensamiento crítico, en revista *Comunicar N° 6*, Venezuela.
- Piette, J. (2000) La educación en medios de comunicación y las nuevas tecnologías en la escuela, en revista *Comunicar N° 14*. Huelva.
- Piscitelli, A. (2005) *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Gedisa, Barcelona.
- Varela, J. (2006) *Periodismo 3.0, la socialización de la información* en la Wiki periodismo y medios de Periodistas21, disponible en periodistas21.blogspot.com
- Verón, E. (2004) *Fragments de un tejido*. Gedisa, Barcelona.
- Williams, R. (1980) *Marxismo y literatura*. Península, Barcelona.

ALTERNATIVAS RADIOFÓNICAS PARA LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN LA ESCUELA

Paula Morales
moralesmpaula@yahoo.com.ar

El proyecto *Escuelas creando herramientas mediáticas para la eliminación de la violencia hacia las mujeres* es una iniciativa de vinculación entre la universidad y la comunidad local cordobesa que tiene como eje la producción de herramientas mediáticas desde la institución escolar media, a través de la generación de spots radiofónicos para la visibilización, reconocimiento y prevención de la violencia de género¹.

Cuando este proyecto de intervención comenzaba a desarrollarse en la comunidad educativa Perito Moreno, se proponía como objetivo principal que los alumnos y alumnas de ambos quintos años de la educación media de la escuela, lograsen *identificar experiencias de violencia en contexto* y pudiesen reconocerse a sí mismos como *actores de reproducción y cambio* de relaciones sociales violentas o potenciales de serlo.

La información que a través de talleres iba a circular en este proceso, era fundamental para los objetivos planteados: el trabajo en el aula disponía de materiales sobre los modos de acción/canales institucionales existentes en la provincia para la prevención, denuncia y contención de la violencia hacia las mujeres, y registros de notas periodísticas para ser analizadas en clave semiótica, y desde una perspectiva de género.

El interés de trabajar este tema en una institución educativa radicaba en la apuesta al debate argumentado entre los alumnos y alumnas en

¹ Beca otorgada por la Agencia Córdoba Cultura, año 2007. En el marco de la convocatoria "Universidad + Comunidad 2007", desarrollado en el IPEM 185 Perito Moreno de la ciudad de Córdoba.

espacios de taller, con el fin de *desnaturalizar el discurso único* y direccional con el que se trata la problemática de la violencia de género. El tratamiento y difusión del fenómeno en los medios de comunicación masivos, era el marco desde el cual comenzábamos a generar otros relatos sobre la problemática, que luego serían convertidos en spots radiofónicos.

Para esto nos propusimos, alumnos y tallerista, trabajar una primera instancia de información y socialización sobre nociones básicas del tema y nos interrogamos: ¿Qué es la violencia de género?² ¿Son la violencia física, psicológica, sexual y económica, las únicas cuatro tipologías para abarcar y clasificar este complejo fenómeno? ¿Existe diferencia entre agresión y violencia? ¿Qué voluntades se transgreden, y cuáles nociones de autonomía y libertad manejamos para pensar en la dominación de unos sobre otras?, la intensidad y gravedad en el ejercicio de la violencia sobre las mujeres, sobre sus cuerpos, espacios de socialización y relaciones, ¿es gradual?, ¿es sistemática?, ¿es cíclica?

Estas reflexiones habilitaron el debate y pudimos reconocernos como sujetos atravesados transversalmente por relaciones de poder que jerarquizan nuestras prácticas y que a través de instituciones como la familia, los medios de comunicación, etc., reproducen desigualdades estructurales y nos enseñan (y condicionan) a relacionarnos desde códigos que naturalizamos sin previa identificación y análisis crítico.

La analogía con la noción de construcción social del acontecimiento de Verón (1987) no fue casual para introducirnos a las imágenes y relatos que circulaban sobre el tema en los medios. Pensamos qué hechos nos recordaban el tratamiento de esta problemática en los medios masivos, y a través de estos, discutimos las formas en las que aparece la violencia de género mediáticamente y los aspectos, causas y comentarios que circulan a través de periodistas y entrevistados en ese proceso de construcción de la noticia. Para esto recurrimos a dinámicas lúdicas donde encontrábamos el argumento que desarticulaba aquellas frases del sentido común que operan como mitos en las definiciones de este tipo de relaciones. La *perspectiva de género* nos permitió desnaturalizar el sentido común desde los mitos

² Se caracteriza por responder al patriarcado como sistema simbólico que determina un conjunto de prácticas cotidianas concretas, que niegan los derechos de las mujeres y reproducen el desequilibrio y la inequidad existente entre los sexos. La diferencia entre este tipo de violencia y otras formas de agresión y coerción estriba en que en este caso el factor de riesgo o de vulnerabilidad es el solo hecho de ser mujer. PANOS, 1998, Cuba.

para llegar a la violencia en su complejidad contextual, vale decir, entrar en la fibra del tema allí donde las experiencias de los alumnos habían tenido cercanía al discurso que circula sobre violencia: “La violencia doméstica es un fenómeno nuevo y va en aumento”, “En una sociedad violenta, todas las familias también lo serán”, “El estrés genera frustración y violencia en los hogares”, “El alcohol genera violencia”, “Es aquella reacción a la que se llega finalmente sin una previa elección”, “Las mujeres golpeadas son sujetos enfermos y masoquistas”, “Las mujeres hacen siempre algo para provocarlo”, “Te pego porque te quiero, para que aprendas...”, “Si ella quiere se puede ir, es una tonta si sigue con él... o será que en el fondo le gusta que la trate así”, “El problema es únicamente de los sectores de clase baja”, “A las mujeres les gusta que las golpeen”, etc.

¿Qué significa vincular la violencia con el *contexto social*? Ubicar las voluntades individuales integradas en un orden social que impone determinadas conductas y reprime otras. Lo que se define como lo violento cambia según el tiempo y el lugar. Pero la violencia siempre tiene como base un esquema de desigualdad, cualquiera sea el contexto y las variantes particulares. La violencia no se limita a los hechos: incluye las omisiones, las construcciones simbólicas, los discursos, los estereotipos, etc. Desde este análisis, el discurso que establece jerarquías entre los sexos y da preeminencia a lo masculino, también ejerce discriminación sobre las mujeres y por lo tanto violencia no sólo simbólica sino también psicológica hacia ellas³.

Para profundizar el análisis fue necesario reconocer que en toda sociedad hay jerarquías, creencias y valores sobre lo aceptable y lo prohibido, etc. “Sistemas de exclusión y procedimientos de control y delimitación del discurso” en palabras de Foucault (1974: 25). Es decir, detrás de cada acto de violencia no sólo está la estructura social y la fuerza de sus instituciones, sino también la cultura, las costumbres y las tradiciones con su peso específico en el comportamiento individual.

³ Se la define como un comportamiento, bien sea un acto o una omisión, cuyo propósito sea ocasionar un daño o lesionar a otra persona, y en el que la acción transgreda el derecho de otro individuo de manera intencional y voluntaria. Se produce en un esquema de poderes desiguales, donde hay un arriba y un abajo, que pueden ser reales o simbólicos, y así se perpetúa en una relación desigual donde hay una posición o condición superior de quien la ejerce y un estado de subordinación de quien la sufre.

La violencia en los hogares tiene una historia que no es reciente. La premisa de que la violencia, y en particular la familiar, va en aumento es por lo menos cuestionable. Una cosa es que cada vez se hable más del tema, que *tome visibilidad* pública y mediática, y otra muy distinta es que el fenómeno sea nuevo⁴. Su *naturalización* se remonta a la génesis misma de este tipo de relaciones de dominación.

En este sentido, para entender la relación violenta es necesario mirar el orden social establecido, (*¿ejercida por quiénes?*) que asigna posiciones diversas en función del sexo, de la edad, de la clase social, de la religión, de la cultura que profesemos. Los procesos de socialización (incorporación individual a espacios donde se aprenden y desarrollan formas de vida, actitudes, expectativas sociales, etc.) están marcados por muy variadas formas de violencia y son espacios óptimos para desnaturalizar estos modos de relación y comunicación social.

Desde estas reflexiones, trabajamos los mitos en relación al análisis de términos que se utilizan mediática —e indistintamente— para describir el fenómeno. Pudimos reconocer que esta construcción semiótica, es decir, el análisis en contexto de los mitos, nos permitía encontrar desplazamientos ideológicos importantes: así, en la definición de *violencia doméstica*, lo que se oculta son precisamente quiénes son los protagonistas de la relación desigual, es decir, borra el género de las personas implicadas y hace hincapié en el entorno de la convivencia bajo el mismo techo, y la *violencia intrafamiliar* y *violencia familiar* oculta también quiénes ejercen la violencia sobre quiénes la sufren, aunque avanza en describir no sólo el entorno familiar sino también los lazos de parentesco en influencia directa con el ejercicio de la violencia.

Lo que trabajamos anteriormente, nos permitió llegar a la segunda instancia donde nos propusimos reconocer el proceso de producción de noticias relacionadas a la violencia de género, desde la recepción.

Esta dimensión del proyecto se basó en el reconocimiento del proceso de construcción del relato público de la violencia hacia las mujeres, a

⁴ La naturalización de la violencia se remonta a la génesis misma de este tipo de relaciones de dominación sobre las mujeres. Como ejemplo, podemos citar que luego de la revolución francesa en el siglo XVIII se formuló la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y el Ciudadano, y cuando en 1791 la mítica Olympe de Gouges elaboró el documento denominado Declaración Universal de los Derechos de la Mujer y la Ciudadana, fue condenada a morir en la guillotina.

través de la lectura de la Comunicación Social como aquel proceso definido por Hall en términos de “estructura, producida y sostenida, a través de la articulación de momentos relacionados pero distintivos: producción, circulación, distribución/consumo, y reproducción” (1980: 129). Trabajamos esta noción desde el análisis de notas periodísticas actuales para reconocer las *huellas de la producción* de los discursos, a través de la identificación de “macrofuncionamientos discursivos determinantes de microfuncionamientos lingüísticos” (Verón, 1987: 195), presentes en todos los textos y relatos de circulación en las sociedades mediatizadas actuales. El material tenía como eje el reconocimiento de los términos empleados en la redacción periodística como “Crimen pasional”, “Disputa matrimonial”, “Bajos instintos”, “Crímenes por amor/crímenes de honor y por cuestiones de celos”, etc. y análisis semiótico de las operaciones de contenido y forma.

Un tercer y último momento fue referente a la escucha de producciones radiofónicas sobre el tema trabajado. El material preparado por la tallerista, a raíz del registro de los debates mantenidos con los alumnos, intentaba reflejar la creatividad a la hora de reconocer y describir la complejidad del fenómeno, puesta en juego por los alumnos en los encuentros. Otros relatos estaban circulando y las voces de los alumnos adquirirían protagonismo en la construcción de representaciones y definiciones respecto al tema. Estos relatos eran el producto de un proceso reflexivo en relación al conocimiento desde una noción de circularidad, que podemos reconocer en Gadamer (1993) como el proceso de conocimiento desde la misma realidad, haciéndola conciente, sustentando en ella nuevos conocimientos y revisándola.

El medio técnico aquí, la herramienta de los spots radiofónicos, estaban habilitando el ejercicio de una ciudadanía democrática (Buckingham, 1996) donde la educación mediática ayudaba a los alumnos a desarrollar la comprensión de la cultura mediática, proporcionándoles recursos simbólicos con los que dirigir e interpretar sus relaciones.

Conclusiones

La pregunta disparadora del primer debate apeló al comentario anónimo sobre alguna situación violenta vivida personalmente o presenciada

por los alumnos. Las respuestas fueron contundentes. Los registros mostraron que la violencia intrafamiliar es cíclica, gradual y progresiva⁵, y expusieron cuatro niveles de manifestación: violencia verbal, psicológica, física y aquella desarrollada en el *ámbito público* sin involucrar necesariamente a vínculos intrafamiliares actuales o pasados, por ejemplo: fuertes discusiones entre amigos, en partidos de fútbol, peleas en el barrio entre bandas, a la salida del baile, etc.

La necesidad de recuperar estos datos radica en el hecho de hacer hincapié en la noción de *lo público y lo privado-intimo* en relación a la construcción de otros discursos desde la educación formal.

Ya hemos avanzado en la noción de *lo alternativo*, como aquello que se expone en los hechos, cuando marca habilitaciones, reconocimientos y legitimaciones en las prácticas que se desarrollan en su campo y también disputas, rupturas y quiebres sobre aquellas que en el mismo campo se ubican como hegemónicas. Este proyecto apostó a los sujetos en tanto constructores de relatos propios sobre la violencia de género desde la oralidad, trabajando esta problemática con eje en la salud pública⁶, generando la discusión sobre la resolución alternativa de los conflictos⁷, justamente desnaturalizando la idea de privacidad asociada a la violencia de género.

Bibliografía

Buckingham, D. (1996) *Educación en medios*. Paidós, Buenos Aires.

Foucault, M. (1974) *El orden del discurso*. Tusquets, Buenos Aires.

Gadamer, H. (1993) *Verdad y método I y II. Salamanca*. Ed. Sígueme.

⁵ De 16 planillas presentadas, 100% fueron completadas, y el 69% (11) con experiencias personales o vividas en el núcleo familiar de violencia intrafamiliar.

⁶ En consecuencia, sobre la cual el Estado debe legislar e intervenir, garantizando el pleno ejercicio de los Derechos Humanos.

⁷ Discutimos sobre la posibilidad que presentan los conflictos de ser pensados como experiencias que permiten el fortalecimiento de la personalidad y la templanza del carácter. El tema que generaba mutismo en el aula, era las *formas alternativas* que podemos optar para resolverlos. Así, indagamos en las potencialidades de la negociación, la conciliación, el diálogo argumentado en las discusiones, el establecimiento de límites precisos, la distancia, o incluso la misma confrontación, pero ya no a través de la imposición y el control sobre la voluntad y la integridad de la otra persona.

- Guerra, M. (2008) *Estudio de la violencia hacia la mujer en la relación de pareja*, en: www.monografias.com/trabajos31/violencia-mujer/violencia-mujer.shtml.
- Hall, S. (1980) “Codificar/Decodificar” en *Cultura, media y lenguaje*. Hutchinson, London.
- Verón, E. (1987) *Construir el acontecimiento*. Gedisa, Buenos Aires.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social*. Gedisa, Barcelona.

TALLER DE COMUNICACIÓN: UNA
EXPERIENCIA DE INTEGRACIÓN Y EXPRESIÓN
PARA LA COMUNIDAD EDUCATIVA
DE CANTERAS *EL SAUCE*

Verónica Rey García
toparey@yahoo.com.ar

Para comprender el proceso que se puso en juego con este proyecto, describiremos sintéticamente el contexto en el que fue aplicado.

El nacimiento y desarrollo de los pueblos de la región de Sierras Chicas estuvo asociado a la explotación de las canteras. Canteras El Sauce nació en torno a la fábrica que producía piedra caliza, cemento y cal.

Tuvo su época de apogeo entre las décadas del 50 y 60, donde 430 personas trabajaban en la actividad minera. La fábrica fue el motor para el desarrollo económico e industrial de la zona.

La decadencia comenzó en la época de Martínez de Hoz, atravesó a duras penas los 80, y no sobrevivió a la hiperinflación. A comienzos de los 90 sólo quedaban 100 empleados que fueron despedidos en febrero de 1999 por la empresa CEFAS SA.

Así, la población de Canteras El Sauce quedó en una situación de marginalidad y exclusión política, social y cultural, en relación al resto de las comunidades de la región. La decadencia de la industria de la cal, la desocupación, la migración y la pobreza extrema de sus habitantes han generado situaciones socioeconómicas que repercuten seriamente en las capacidades de la población infantil y juvenil para poder sentirse integrados y proyectados con un sentido de ciudadanía, de comunidad, de potencial futuro. En este aspecto la escuela sigue siendo un espacio que enmarca estas carencias, que aglutina y actualiza conflictos y posibles soluciones, pero sin embargo, no escapa a la difícil situación general, de aislamiento socio-cultural, escasez de recursos, ausencia de políticas y acciones desti-

nadas a transformar esa realidad que coloca en una situación de extrema vulnerabilidad, sobre todo, a niños y adolescentes.

La escuela aparece como el único referente institucional y asistencial con el que cuenta la comunidad, y allí concurren a pedir todo tipo de cosas; desde remedios hasta zapatillas, comida o trabajo.

Es importante considerar que se trata de una escuela rural, donde el paisaje cambia, donde el aislamiento es moneda corriente, donde siempre hay grandes distancias que recorrer y donde las condiciones climáticas son extremas.

Este entorno condiciona la percepción que los chicos tienen de su realidad, su visión del mundo, de sí mismos, y de la interacción entre ambos, de lo que resultan construcciones de sentidos que determinan, a su vez, las acciones de los sujetos en su comunidad.

Esta situación repercute también en la actitud que ellos tienen ante el conocimiento y el modo de relacionarse con las nuevas experiencias de aprendizaje.

Dentro de este contexto, la escuela aparece como la única institución donde es potencialmente posible trabajar con las nuevas generaciones, para comenzar a impulsar un proceso que apunte a revertir esta situación.

Este proyecto fue sólo un comienzo, ya que para poder modificar su realidad, para poder desarmar el problema, se necesitan años de políticas educativas y culturales. Pero sí fue factible una visualización de las problemáticas que condicionan su realidad, haciendo reflexiva esa situación, considerando otros sentidos y otras miradas acerca de ellos y su realidad, para diseñar estrategias factibles que mejoren sus prácticas y canales comunicativos.

A esta situación, se le suma el hecho de que la escuela históricamente asumió problemáticas que le eran ajenas y en la última crisis resultó ser la institución que tuvo la mayor capacidad para atender los problemas sociales. Pero debió hacerse cargo de un daño social tan grande que se vieron perjudicadas las tareas pedagógicas específicas.

Hoy el docente cumple “multifunciones”, que van desde las prácticas de enseñanza misma hasta la preocupación cotidiana por la alimentación del niño. Esta situación es aún más crítica en canteras El Sauce, ya que la escuela subsiste como el único y último espacio que puede servir como marco de referencia identitario del lugar, enfrentándose a una cons-

tante tensión entre lo que “tendría que hacer” y lo que cotidianamente tiene que resolver dentro de ella.

Así, pusimos en marcha el taller con el objetivo central de ofrecer recursos teóricos y prácticos que les permitan ejercer la participación democrática en su comunidad y en las de los alrededores, a partir de promover el ejercicio del derecho a la comunicación desde la infancia.

Los objetivos específicos del proyecto fueron:

- Promover acciones de integración en los alumnos de la escuela, con las comunidades de la zona, utilizando espacios de expresión mediáticos, generados a partir de un taller de comunicación;
- Reforzar los aprendizajes relacionados con la lectura, la escritura y la oralidad, relacionando los contenidos y prácticas del taller con el área de lengua de la escuela.

Se trabajó incorporando los medios masivos de comunicación a las actividades curriculares de la escuela, como fuentes de información, como objeto de estudio y como medio de expresión.

Esto no significa entender a los medios masivos como una solución única y absoluta a los problemas de exclusión y aislamiento y de lecto-comprensión. Pero, sí los consideramos una herramienta de integración, dada las complejas formas de simbolización, de relación y de construcción de las identidades, y también una herramienta para cuestionar el orden social, porque la comunicación mediatizada, esencial para la acción, equivale a comprensión y participación en torno a la realidad inmediata.

Desde esta perspectiva, la utilización de los medios en la escuela tuvo gran impacto. En primer lugar, porque nos permitió integrar los saberes escolares y los cotidianos, en segundo lugar, porque los medios nos permitieron trascender los límites tempo-espaciales del aula para acceder a otros contextos y realidades. En tercer lugar, el conocimiento está cada vez más mediatizado; aprender a interrogar la imagen que ofrecen del mundo significó que los chicos pudieran estar en mejores condiciones para construir su propia imagen. Además, fueron herramientas con las que potenciamos la formación del alumno como ciudadano, ejerciendo su derecho a la información y a la comunicación.

Así, durante la primera parte del taller trabajamos, por un lado, analizando sus prácticas comunicativas cotidianas, y por el otro, sus expe-

riencias personales con los medios masivos. Aquí se los incluyó como fuente de información y como objeto de estudio, lo que nos permitió analizar las construcciones que los medios hacen de la infancia, y particularmente de la infancia en escuelas rurales. Además pudimos analizar cómo los medios de la zona en la que ellos viven, reafirmaban ese sentimiento de exclusión y marginalidad que ellos expresaban.

En la segunda parte del taller, los alumnos crearon sus propios medios de expresión, y se apropiaron de otros existentes, convirtiéndose en emisores y productores de información. Esta producción estuvo precedida de un análisis reflexivo de los medios, para que no se trate de una mera reproducción de modelos ya existentes.

Terminamos el taller con la producción integral de un medio gráfico: *Una ventana al mundo*, y una serie de relatos de terror para radio: *Cuentos para no dormir*, que se emitieron en las radios de la zona.

Para realizar estas producciones radiales se puso en juego un proceso que incluyó la elección por parte de los chicos de un formato sonoro que no tenía que ver con las tradicionales clasificaciones de “programas de radio”.

Los niños decidieron trabajar un *producto sonoro* que tuviera la forma de un cuento de terror para radio. Para hacerlo, primero inventaron en conjunto una historia y después comenzaron a “traducirla” al lenguaje radial. Así, trabajamos puntuación, redacción para ser leída en voz alta y la elaboración de un guión.

Además, como el cuento estaba situado en una fábrica abandonada, para ambientar sonoramente las acciones realizamos paseos sonoros por la fábrica y las canteras del pueblo. De esta manera los chicos recolectaron sonidos que fueron grabados directamente del ambiente, y que luego usaron para crear *climas sonoros* sugestivos para activar la imaginación de los futuros oyentes. Los *paseos sonoros* también fueron disparadores para recrear en estudio otros sonidos, nuevos efectos y la musicalización que acompañó la producción final de los cuentos.

Con estas producciones logramos que sus discursos, sus opiniones, sentimientos, sus miedos y preocupaciones, tomaran una dimensión pública. Esto fue muy importante para ellos ya que dentro de las voces y las miradas que circulan en los medios masivos, hay voces que nunca emergen, que pareciera que no existen porque no se las escucha. Son las voces de los niños que no encuentran espacio dentro de los medios masivos. Sus

voces, y con ellas, sus cuerpos, necesidades, conflictos y propuestas, se invisibilizan.

Tal vez esto sucede porque, a pesar de los avances conceptuales y de reconocimiento jurídico, desde el trato cotidiano se sigue considerando a la infancia como “objeto de protección” (en el mejor de los casos), en lugar de sujeto de derecho.

En un tiempo histórico en el que la cultura mediática refuerza un discurso único, uniforme, esquematiza y despliega las plumas de la superficialidad, la escuela tiene la opción de apropiarse de las herramientas periodísticas y crear medios de comunicación que expandan la cultura local y den cabida a todas esas voces que habitualmente no se escuchan en los grandes medios (Schujer, 2005: 17).

De esta manera, los chicos iniciaron un importante proceso de revalorización de sus propias construcciones de sentidos y de su realidad, desarrollando sus capacidades comunicativas y como actores, no sólo sociales, sino también civiles.

El segundo objetivo estaba relacionado con las dificultades para escribir, leer y expresarse oralmente, dificultades que se traducen en problemas de comprensión de consignas y falta de estudio. Estas falencias fueron trabajadas con talleres de lectura, de redacción y de expresión oral, que se implementaron como parte integrante de las producciones mediáticas.

Después de un año de trabajo con los chicos, y como resultado de estas actividades, pudimos notar cambios significativos.

Por un lado, fueron capaces de crear espacios de comunicación según sus propias reglas comunicativas, lo que significó un cambio en el modo de comprender la necesidad de convertirse en sujetos activos, y una modificación en los modos de visualizar su situación de exclusión y aislamiento. Los chicos pudieron convertirse en emisores de sus propios discursos, ejerciendo plenamente su derecho a comunicarse.

Significó además, poder conocer otras miradas y otras voces, sobre ellos mismos y su realidad, lo que modificó la percepción de su cotidianidad.

También pudimos mejorar la escritura, la lectura y la expresión oral, modificando la visión de “acartonamiento y oficialidad” que los alumnos asociaban a estas actividades.

Al elaborar ambas producciones mediáticas, pudieron comprender que la escritura y la lectura son herramientas para poder construir, entre otras cosas, prácticas comunicativas provechosas para ellos.

Bibliografía

Shujer, S. y Schujer, M. (2005) *Aprender con la radio. Herramientas para una comunicación participativa*. La Crujía, Buenos Aires.



La presente edición, se terminó de imprimir en el mes de junio de 2008 en FERREYRA EDITOR, Av. Valparaíso km. 6½, Córdoba, Argentina.

