

Comunicación y pluralismo, alternativas para la década^{*}

Anónimo

Consenso del seminario

El seminario reunió a un grupo representativo de comunicadores, dirigentes de organismos sociales de base, de entidades políticas y animación cultural popular, provenientes de distintos países de América Latina.

Las jornadas de trabajo estuvieron caracterizadas por la presentación de diversas ponencias, vinculadas con experiencias concretas latinoamericanas, las cuales dieron marco a los debates generales, caracterizados por la búsqueda de una visión global de la comunicación alternativa y su significado en la realidad latinoamericana. De ellos emergieron los siguientes consensos:

1. La primera constatación es la existencia de una multiplicidad de experiencias de comunicación, enraizadas en las búsquedas del movimiento popular, y en las perspectivas de recuperación de espacios sociales democráticos y participativos. Estas experiencias se despliegan en formas micro, meso y macro alternativas, constituyendo campos de una fecunda relación entre sectores intelectuales comprometidos con los sectores populares y sus organizaciones y actores.

2. La comunicación alternativa no es un fenómeno en sí mismo. Ella se define en el marco de lo político, determinada por una vocación de cambio, que busca transformar las estructuras opresivas en beneficio de la creación de modelos de desarrollo solidarios, participativos y democráticos en todos los ámbitos sociales. Por ello, el seminario asumió que la comunicación alternativa es expresión de un propósito "alterativo". Esto es, voz en luchas y acciones llevadas adelante por las diversas expresiones de sectores populares por lograr ser sujetos históricos y conductores del espacio político-social latinoamericano.

3. La diversidad, a la vez que la riqueza de estas prácticas, todavía dificulta hablar de un modelo de comunicación alternativa. Esta, más bien, debe ser entendida como un proceso animado por la acción de los comunicadores que, a partir de una opción definida dentro del espacio de los conflictos sociales, emerge como espiral, desde el polo nacional popular, conformando respuestas diversas ante las formas dominantes creadas por el capitalismo en su fase transnacional.

^{*} Conclusiones y principales propuestas de acción aprobadas en el Seminario "Comunicación y Pluralismo: Alternativas para la Década", realizado en México (22-26 de noviembre, 1982) por el ILET, con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert).

Ello remite a confrontar opresiones tanto nacionales como internacionales, que sofocan el desarrollo plenamente democrático de amplias mayorías latinoamericanas.

4. Esta comunicación es en sí una práctica social y es, a la vez, una herramienta que promueve y apuntala la conciencia política en el movimiento popular. Sin embargo, la experiencia en la década pasada como también en la que vivimos, demuestra que estas formas de comunicación no se reducen al espacio de los partidos políticos. Estos constituyen un actor principal de la expresión y acción popular, pero no los únicos. La conciencia colectiva de las grandes mayorías postergadas en América Latina se genera en prácticas políticas y prácticas cotidianas, que articulan una cultura popular en la cual, esencialmente, debe inscribirse y a la cual contribuir la comunicación alternativa.

5. El discurso alternativo inevitablemente debe ser democrático, plural, ampliamente creativo, con capacidad de convocatoria, de síntesis y de renovación. A lo largo de todo el seminario, la reflexión sobre estas prácticas ha demostrado la capacidad de iniciativas de estas formas, para responder y alimentar las acciones transformadoras que las organizaciones populares impulsan. Dentro de este marco, los protagonistas de la comunicación alternativa resultan ser:

a. Los partidos políticos adscritos al amplio espacio del movimiento popular, presentes a través de sus propuestas y acciones;

b. las organizaciones sociales como los sindicatos, iglesias, juventudes, mujeres, organizaciones poblacionales, indigenistas, de animación cultural, y otras, que en forma autogestionaria y autónoma les cabe construir su perfil contestatario;

c. los propios medios de comunicación alternativa, concebidos como espacios de síntesis, articulación y propuestas dentro del quehacer popular y sus búsquedas.

6. En cada una de las instancias mencionadas, la presencia de mediadores (profesionales, periodistas, técnicos, intelectuales, etc.) constituyen un requisito indispensable para el pleno desarrollo de una expresión convincente, influyente y esclarecedora. El bloque de acción e iniciativa que la relación entre intelectual y movimiento popular genera, ha mostrado su profundo significado en el desarrollo de formas auténticas de comunicación alternativa. Ese, sin embargo, debe ser entendido como un permanente camino de aprendizaje. Aún existen vacíos, aún existen equívocos y voces que surgen para hablar en nombre del pueblo, más que para hablar desde y con el pueblo.

7. La participación popular surge, de una u otra forma, como rasgo definitorio de la comunicación alternativa. Es hacia la plena participación, constituida como

verdadera dimensión democrática, hacia donde avanza la comunicación alternativa en tanto voz movilizadora y parte de un proceso transformador nacional popular. La práctica participativa no es fácil. Como tampoco lo es la relación entre las pequeñas experiencias de comunicación alternativas y aquellas de alcance nacional o internacional. En las primeras la participación se construye en forma clara, inmediata, alegre y creativa. En las otras formas, que tienen el valor de su influencia mayor, la participación se hace más compleja, más ajena. Existe ahí un desafío fundamental para el desarrollo de la comunicación alternativa: la creación de articulaciones entre unas y otras de estas formas, en la búsqueda de una participación plena.

8. Esta realidad recién descrita no es ajena a la omnipresencia cultural creada por los grandes medios de comunicación, adscritos al sistema dominante. La industria cultural tiene un signo que determina y genera una cultura, la cual impregna a todos los ámbitos sociales. La comunicación alternativa no puede dar la espalda a esta realidad. Debe asumirla en la perspectiva de un proyecto de rescate, donde lo industrial se haga alternativo.

Dentro de este marco, se hacen más claros los tres espacios de comunicación alternativa planteados en el seminario:

- a. el de los **medios alternativos**, expresión desde y con los sectores populares
- b. el del **mensaje alternativo**, con una presencia tanto en los medios alternativos como en las brechas del sistema industrial cultural dominante
- c. el del **consumo alternativo** o consumo crítico, instancia de reflexión colectiva en el seno de las organizaciones sociales de base y populares sobre los medios y sus mensajes.

9. La nuevas realidades tecnológicas plantean nuevos desafíos y otros espacios de rescate. En ello también se aplica el principio de que la comunicación alternativa se define, en esencia, por los contenidos y la voluntad de cambio que impregna su discurso, y no por los instrumentos que utilice. Hay alternatividad desde el simple mimeógrafo hasta la tecnología más avanzada, si esa herramienta, cualquiera sea su nivel de desarrollo, está en manos de sectores democráticos y populares y es usada con voluntad de alteración. Es allí donde se evidencia la búsqueda de nuevas relaciones sociales, impregnadas de una nueva identidad popular.

10. El discurso de la comunicación alternativa vigente no siempre coincide con las necesidades y aspiraciones mencionadas. Pero, el análisis del seminario señala que el camino está abierto. Se hace necesario fortalecer las relaciones entre las diversas formas de comunicación alternativa, de sus actores sociales y sus experiencias cotidianas. Este encuentro, organizado por el ILET, es reconocido

por todos los participantes como un importante hito en este sentido, y dentro de este marco se plantea una serie de propósitos para la acción.

Propuestas de acción

1. Es necesario crear, lo antes posible, una Asociación de Medios Alternativos Latinoamericanos, con el propósito de agrupar a todos los medios de comunicación de carácter alternativo del continente en torno a la defensa de la libertad de expresión y el derecho de los pueblos de ser bien informados con noticias sólidas, fundamentadas y críticas a las impuestas por el sistema de comunicación transnacional dominante en América Latina. Esta Asociación tendrá capacidad de recurrir a los gobiernos y organismos internacionales representando al conjunto de los problemas que en los países del continente viven los medios alternativos y los profesionales de la comunicación. Igualmente, esta Asociación cumpliría la función de ser el lugar de acopio e intercambio de experiencias que vinculen al conjunto de los medios alternativos para lograr una mayor presencia regional.

Para lograr estos objetivos se solicita al proyecto ALTERCOM del ILET elaborar un registro de los medios de comunicación alternativos, buscando precisar los sectores estratégicos hacia los cuales éstos se dirigen, las formas de impresión y distribución de estos medios en sus respectivos países, con el objeto de tener un panorama del conjunto de ellos, su significación y sus procesos y perspectivas de desarrollo. Para estos efectos proponemos que el proyecto ALTERCOM del ILET:

- a. prepare un documento dando a conocer la propuesta de creación de la Asociación
- b. haga una encuesta a los representantes de las publicaciones presentes en este seminario y a las revistas, radios, instituciones, centros de documentación y otras iniciativas vinculadas con la comunicación alternativa con las cuales el ILET tiene contactos.

Los resultados de este estudio serán circulados a todos los medios alternativos.

2. Promover en todos los países del continente la organización de encuentros y seminarios nacionales y regionales que difundan los propósitos de la Asociación y analicen la situación de los medios alternativos en la región y el tratamiento de los problemas que enfrentan en su desarrollo, buscando la creación de filiales nacionales de dicha Asociación.

3. Recomendar a ALTERCOM, junto a otras organizaciones presentes en el seminario, la organización de un sistema de corresponsalías al cual los diversos medios de comunicación alternativa de América Latina puedan recurrir para solicitar artículos específicos sobre diversas problemáticas de su interés. Además,

se propone que ALTERCOM circule, a través de este servicio, artículos específicos que los diversos medios de comunicación afiliados tengan interés en difundir en el continente, tanto en la prensa alternativa como en la gran prensa del sistema.

4. Recomendar a ALTERCOM, con la colaboración de los medios e instituciones representadas en el seminario, el estudio para la creación de un mecanismo de asesoría a los diversos medios de comunicación alternativos que los requieran para orientar en la solución de problemas concretos.

5. Solicitar a ALTERCOM y a IBASE (Instituto Brasileiro de Análisis Sociais e Economicas) un estudio de factibilidad para la implementación de un Banco de Datos Latinoamericano al servicio de los medios alternativos de la región.

6. Asumir el compromiso conjunto de los medios e instituciones presentes en este seminario para estudiar y promover la creación de una Red de Distribución Regional de la Prensa Alternativa, recurriendo al apoyo institucional de organizaciones internacionales como ALASEI, organismos nacionales, partidos políticos, iglesias, sindicatos, universidades, centros académicos y estudiantiles, para que colaboren en esta iniciativa.

En este marco, promover la negociación de paquetes publicitarios con empresas nacionales e internacionales para el conjunto de las publicaciones. Como forma de abaratar la circulación regional se propone estudiar un primer canje publicitario con alguna línea aérea que cubra el continente.

7. Proponer en el campo promocional el intercambio y reseña de artículos de los medios alternativos entre sí; el intercambio de avisos publicitarios y de listas de suscripciones, así como el intercambio de incluir reseñas de estas publicaciones en la gran prensa de los distintos países.

8. Asumir conjuntamente la necesidad de sensibilizar a las distintas agencias de desarrollo con las que los organismos y publicaciones representados tenga contacto, mostrándoles la importancia de todas las propuestas mencionadas, motivándolas al respecto y solicitando su cooperación.

Referencias

Anónimo, SEMINARIO COMUNICACION Y PLURALISMO: ALTERNATIVAS PARA LA DECADA. - México. 1982;

Este artículo es copia fiel del publicado en la revista Nueva Sociedad N° 64 Enero-Febrero 1983, ISSN: 0251-3552, <www.nuso.org>.