

Transformaciones en la mediatización y percepciones diferenciadas sobre el concepto de medios de comunicación alternativos

Por Maria das Graças Pinto Coelho y Olga Guedes Bailey

(1) Universidad Federal de Rio Grande del Norte (UFRN), PPGEM/UFRN y Posgrado en Educación - PPGEd/UFRN, Brasil (gpcoelho@ufrnet.br) y (2) Universidad de Nottingham Trent (Reino Unido). Miembro del ECREA Asociación de Investigación en Comunicación y Educación de Europa (olga.bailey@ntu.ac.uk)

SUMARIO:

La diversidad de los procesos de reconfiguración de los espacios mediáticos en sus aspectos socioculturales y de producción de sentido han demandado grandes esfuerzos de investigación e interpretación en el campo de los estudios de los medios de comunicación en la última década, principalmente en las concepciones que articulan las transformaciones en las mediatizaciones con el surgimiento de nuevos medios de comunicación alternativos. La mediatización está en el centro de las interacciones de la vida cotidiana, organizando casi todos los aspectos de la existencia, desde el amplio mosaico de las instituciones sociales y de los sistemas culturales, hasta los encuentros más íntimos del cotidiano. En la actualidad, no podemos entender la sociedad en que vivimos sin entender el alcance de los procesos de transformación en la mediatización; la renegociación de significados; y los constantes cambios que surgen en las políticas de mediación. Este trabajo es un abordaje transversal a las investigaciones empíricas del campo mediático, asociando las transformaciones en la mediatización a percepciones diferenciadas en la discusión sobre el concepto de medios de comunicación alternativos.

DESCRIPTORES:

Investigación en Comunicación - Medios de Comunicación Alternativos - Transformaciones en la Mediatización.

SUMMARY:

The diverse processes of reconfiguration of the socio-economic aspects of media spaces and the production of meaning have demanded great research and interpretation efforts in media studies during the last decade. That is especially true in concepts that articulate the transformations that occur with new, alternative media. The use of media in social relationships is at the heart of our daily life, organizing almost all aspects of our existence, from the broad mosaic of social institutions and cultural systems to the most intimate meetings in our daily life. Currently, we can no longer understand the society we live in without understanding transformations in the way the new media are used in personal relations, new negotiations of meaning and the constant changes that develop in media policies. This paper offers a transversal look at the empirical research in media, associating the transformations in the use of media in personal life to the different perceptions of the discourse on the concept of alternative media.

DESCRIBERS:

Research in Communication - Media alternative - Transformations in Mediatization

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio utiliza una diversidad de conceptos y evidencias en los que se encuentran las inscripciones para los posibles significados de las transformaciones mediáticas en la actualidad, revisitando el concepto de medios de comunicación alternativos. Con el cuidado de descartar pretensiones impresionistas, resalta la gran fuerza de los medios de comunicación como campo de estudio donde ella está de hecho: en el espacio multidisciplinario.

Hace la intersección en la tradición de la economía política, cuando enfoca los media como un sistema institucional, que también puede ser desconstruido en el espacio público por los medios de comunicación alternativos. Se presenta en un enfoque más psicológico y social, cuando observa el rol de los media en la formación de creencias e identidades. También se sustenta en el abordaje de las disciplinas del área de humanas, cuando piensa el papel de los media en los sistemas culturales de la vida cotidiana. Tal fertilización cruzada, provocada en estos encuentros intelectuales, es una fuente esencial de dinamismo y de renovación, y evita que el estudio propuesto quede limitado apenas al estudio de la propia media. Indica con más precisión el camino que recorren las interacciones mediatizadas a partir de nuevas alternativas mediáticas.

El lugar conceptual-operativo que recorren las mediatizaciones está problematizado en el estudio de caso sobre la Red Xiquexique, una ONG situada en la región del Semiárido del Estado de Rio Grande del Norte, que usa tecnologías de comunicación e información para formar una red social. Algunas expresiones de los receptores demuestran que la articulación con su mundo simbólico y social agregan datos empíricos sobre las mediaciones y el proceso de mediatización que configuran sus estrategias de producción de sentido y de reinención del cotidiano a partir de medios alternativos de comunicación.

Appadurai (2009) sugiere, que lo que se destaca en esos trabajos es la novedad en la percepción de que existe una resistencia simbólica, un nuevo imaginario, frente al avance de la cultura mediática urbana y central, lo que redime muchas veces el no cruzamiento de datos empíricos que especifiquen metodológicamente los protocolos de las mediaciones:

“el principal desafío que afrontan los estudios de regiones y zonas es que los actores en las actuales regiones tienen, actualmente, intereses y capacidades elaborados en la construcción de imágenes del mundo cuya propia interacción afecta a los procesos globales. Por lo tanto, el mundo puede estar hecho de regiones (...), pero las regiones también imaginan sus propios mundos. Los estudios interdisciplinarios deben pensar en este aspecto de la relación entre las regiones, como debe hacerlo cualquier ciencia social que suponga que la subjetividad y la ideología son algo más que efímeras en la saga del capital y de los imperios” (Appadurai, 2009)

El abordaje comienza a partir de tres imbricaciones:

1. cambios en los protocolos de producción, recepción y mediación en el contexto de la esfera pública, que consideran la multiplicidad de dispositivos mediáticos, voces y actores involucrados;
2. nuevos arreglos en las sociabilidades constituyentes, que utilizan redes sociales tecnológicas y prefieren las estrategias de agentes sociales y mediáticos en la representación de un imaginario local y en la reinención del cotidiano;
3. definiciones y proposiciones para la investigación de las nuevas alternativas mediáticas y el lugar que ellas ocupan en la radicalización democrática.

2. TRANSFORMACIONES EN LA MEDIATIZACIÓN Y LA ESFERA PÚBLICA

Existe una idea en general axiológicamente negativa sobre la exclusión sistemática de los grupos no privilegiados de la esfera pública, excluidos, también, de la esfera mediática – en razón de la baja participación cultural y del poco capital económico que los sustentan, incluso para tener acceso a las tecnologías de la comunicación. En este contexto resulta que algunos grupos acaban confinados a las llamadas zonas de silencio. Además, la representación estereotipada e ideológica de esos grupos minoritarios, en parte de las grandes empresas de comunicación produce una red negativa de significados peligrosos, hostiles y antagónicos contra ellos, lo que garantiza el mantenimiento de la no visibilidad de un gran contingente. Aunque, paradójicamente, aparezcan en la forma de agentes en nuevos dispositivos mediáticos, renegociando identidades y presentando diferentes prácticas sociales, entre ellas las prácticas de comunicación que producen efectos en diferentes niveles de mediación.

En este panorama, la baja representación unilateral de tales grupos genera y mantiene en actividad, entre aquellos minoritarios de la periferia de la sociedad y de las grandes empresas de comunicación, una lucha constante por un nuevo significado, diferenciado de las actuales representaciones que se hacen en las mediaciones. Entretanto, la esfera pública de la sociedad liberal-plural permite el ejercicio de “alternativas estratégicas democráticas” (CALHOUN, 1992,p. 37). Lo que les permite a los grupos excluidos de la sociedad civil, establecer medios de comunicación alternativos, discursivamente conectados con la esfera pública; que trabajarían para minimizar la fuerza hegemónica de los grandes medios sobre el significado.

En este contexto de pluralidad de la esfera pública, muchos grupos reaccionan contra la invisibilidad a ellos destinada, y contra la representación unilateral,

a través de la creación de esferas que actúan paralelamente. Son esferas públicas semiautónomas, definidas por la identidad del público – las “mini esferas públicas” sugeridas por [Gitlin] (1998). De la misma manera, [Mouffe] (1993) utiliza la concepción de espacio público que lleva en consideración la “multiplicidad de voces”. A saber, la proliferación de espacios alternativos de comunicación – medios de comunicación impresos, sitios en internet, telefonía móvil, twitter, radio comunitaria, webTV y la TV transnacional – permite que ellos expresen sus demandas sociales, políticas, culturales, y de inclusión económica en las sociedades multiculturales.

La multiplicidad de los medios alternativos puede atestar la formación de nuevas formas de movilización y solidaridad política dentro de varios grupos, los cuales procuran, de diferentes maneras, modos justos de representación simbólica y política, que les permitan participar y contribuir para la construcción de una sociedad democrática.

Esos nuevos modos de representación simbólica y política llevan un significado distinto para las comunidades porque potencialmente pueden ofrecer otros puntos de vista sobre los problemas actuales, actuando con una agenda pro-activa de intervención positiva en la esfera pública, bien como funcionando como un espacio de resistencia contra la marginación. Puede afirmarse que surgen nuevas comunidades de valores en las redes comunicativas contemporáneas, procesando nuevas metanarrativas a través de conceptos. Son diferentes formas de comunicación y sociabilidad establecidas por las articulaciones de los movimientos sociales de diferentes orígenes geográficos, que se relacionan en la circulación de temas, contenidos y argumentos relacionados con la equidad de género, derechos humanos, economía solidaria o protección ambiental.

Por lo tanto, el crecimiento de los medios alternativos puede ser entendido en dos niveles:

- a. como una respuesta política de los grupos no privilegiados – incluidos en esa observación, los desprovistos de empresas de comunicación - contra la marginación y exclusión para obtener igual participación en la sociedad y en la gran industria de los medios de comunicación; y
- b. como un espacio para la negociación de su identidad. El cambio de panorama en los medios se caracteriza por nuevas formas de medios alternativos y prácticas periodísticas que permiten sugerir una proposición para los medios alternativos y el periodismo, y que está más allá de la tradicional dicotomía grandes empresas de comunicación versus media alternativa, menos o un, u otro (HARCUP, 2005) y más aceptable para nuevas formas y prácticas híbridas (ATTON, 2003).

Sin embargo, la fuerza que los medios de comunicación alternativos tienen para desafiar las estructuras de las grandes empresas de comunicación y la de la comunicación todavía no está suficientemente clara. Como Rodríguez (2001) sugiere, los medios de comunicación alternativos están colocados en constante proceso de renegociación sobre las prácticas democráticas de los media, para fortalecer la democracia. Pocos dudan del significado potencial de estos media, sobre todo si consideramos el amplio escenario de los cambios mediáticos, que viene ocurriendo en virtud de las nuevas tecnologías de comunicación, convergencias económicas, desregulación, presiones de mercado y tendencia internacional para la segmentación de la audiencia.

3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS Y LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS ESPACIOS SOCIALES

Reanudando Gitlin (1998), que habla de una “microesfera pública” o una concepción diferente de la esfera pública transitando en la base de la negociación de la identidad, ahora ensanchada por el fenómeno

de la transformación material de los bienes simbólicos en bienes experimentales, como el celular con o sin TV digital y banda ancha, la internet accedida en locutorios y en sitios cada vez más distantes geográficamente en el mundo globalizado. En ese ambiente se presentan las transformaciones en la mediatización.

Sobre el concepto de mediatización, Sodré (2006) presenta un constructo que dice ser la mediatización un orden de mediaciones socialmente realizadas – un tipo particular de interacción, que podríamos denominar tecnomediaciones, o tecnointeracciones – “caracterizadas por una especie de prótesis tecnológica y de mercado de la realidad sensible, denominada *medium*” (SODRÉ, 2006, p.20).

Tal presupuesto permite que sean extraídos insumos de movilización de las redes biosociales tecnológicas. Las redes tecnológicas presentan nuevos caminos para las interacciones sociales y para la formación de un proceso social mediante contenidos y hermenéuticas que son complejos y dispersos en su articulación. En muchos aspectos, hay que recordar que el dominio de los medios de comunicación en los espacios públicos recorre caminos diversos de las articulaciones sociales pensadas en la forma sociológica tradicional. Tales experiencias huyen del campo de la operación política y no constituyen espacios múltiples, plurales y democráticos que puedan articular dimensiones de argumentación y deliberación. La naturaleza propia de los media recrea tales espacios dentro de la tendencia de monopolización de la visibilidad que las prácticas mediáticas imponen a la sociedad.

Entonces el consumismo contemporáneo no estaría saturado sólo por imágenes, como sugiere [Baudrillard] (s/f), sino también por representaciones, en especial por representaciones con significados, que pueden ser parte de una visibilidad forjada por los media, pero que produce identidad, por ser testimonial de una imagen construida por el sujeto que se desplaza en la red global. Y en el desplazamiento de la socie-

dad post-medias digitales el movimiento de los bienes de consumo dentro y entre las sociedades es modelado por la distribución combinada del conocimiento cognitivo, técnico, social y estético en senderos bien delineados a través de los cuales los bienes se expanden y flotan.

La lógica consumista se moderniza internamente, cuando cambia la antigua fórmula directa de estímulo al deseo por la idea de la competencia. Legítima una lógica de consumo diferente al abrirle una validación no subjetiva. Además, el deseo deja poco a poco de ser etéreo y se va centrando básicamente en la competencia. Entender la ampliación de la noción de competencia en el mundo moderno implica en rescatar el significado estético de las cosas, inclusive imprimiendo condiciones inmateriales a estos significados.

En esa perspectiva el mayor estímulo al desarrollo en sociedades como la brasileña es el capital socio-cultural. Por otro lado, la importancia del conocimiento como un valor social para nuevos arreglos productivos exalta la contradicción presente en las bases materiales de la sociedad entre el carácter social de la producción y el carácter privado de la apropiación. A eso se debe la reacción del capitalismo al papel creciente del conocimiento en la economía y la busca de la privatización del conocimiento, sobre todo a través de la propiedad intelectual, de las barreras regulatorias y de la privatización y tecnicidad de la educación y de la enseñanza.

El guión, que combina significaciones y conocimientos, ofrece un conjunto de transformaciones que es el más relevante desde los años 20. En él, se presentan el advenimiento de las clases sociales D y E, en Brasil; el surgimiento de las nuevas herramientas tecnológicas; el agotamiento del ciclo financiero internacional; la diversidad de las identidades transitorias y el retorno al nacionalismo. Todavía más: se percibe que las nuevas tecnologías están trayendo de vuelta la cultura regional. Aunque lo local continúe sin inserciones va-

lorativas en las representaciones que se hace de la economía, de la política y de la cultura en sectores tradicionales de los medios de comunicación.

Se constata que existe una vasta producción simbólica y cultural en curso en el país que todavía no pudo salir a flote. Jóvenes y adultos de las clases C, D, y E, situados en la zona rural, como identifica una investigación¹ realizada en el estado de Rio Grande del Norte (RN), están dando algunas respuestas a las transformaciones en el proceso de mediatización. El punto de partida es un estudio de caso exploratorio realizado por medio de entrevistas amplias² en Mossoró (RN) sobre el uso de internet y del teléfono celular como medios de comunicación e instrumentos de interacción social en la zona rural, realizadas con integrantes de la ONG Red Xiquexique³ de economía solidaria, que usan nuevas tecnologías para consolidar la Red.

Al intentar definir la inclusión digital, un monitor que participa de la Red revela una misión bien inquietante: *nosotros tenemos que incluir (...), hacer con que los principiantes conozcan la máquina*. Sin embargo, en el transcurso de las entrevistas, el sentido de tal "misión" quedó configurado como un precepto ideológico, una norma identitaria que rige el trabajo en las Escuelas de Inclusión Digital y Ciudadanía de Emater/RN, que forman miembros de la Red. Para ellos, la inclusión digital es vista como un puente que conduce a la transformación social, al cambio de vida, posibilitando el desarrollo de la consciencia crítica y dando la oportunidad de conquista de intereses y necesidades individuales y colectivas.

Las tecnologías de datos y de voz están ampliando las estrategias de desarrollo local y la capacidad de la población de reconstituir los vínculos productivos entre agentes, comunidades e instituciones gubernamentales. Refrenda la relevancia del capital social y de la ciudadanía como elementos dinámicos en el proceso de desarrollo. Los arreglos productivos locales

posibilitan la creación de mejores condiciones para la producción de la agricultura familiar. Esa modalidad de supervivencia lleva el desarrollo al interior y preserva la cultura local con procesos de innovación y modernización que parecen no agredir identidades constituidas. Aunque existan riesgos en las diferentes ofertas que lanza el contexto actual, en esa nueva realidad hay la comprensión de que unir las bases materiales con las espirituales de la sociedad viene alterando las subjetividades. En esa dirección, la subjetividad, cuando agrega nociones de competencia se está volviendo una materia prima esencial a las relaciones de producción. Es en ella donde habitan las tecnointeracciones que transforman la comunicación en interacción social.

En esa perspectiva, tratamos con el entorno de la información, donde varias y complejas relaciones se instituyen, incluso sabiendo que en la vida cotidiana continuaremos dependiendo de las mediaciones – sea por medio de la educación, de los partidos políticos, de la ideología, de los movimientos o comunidades sociales - para dar cuenta de la centralidad que los medios ocupan en nuestras vidas. La explotación del mosaico construido por la mediatización; el examen de aquello que es traído hacia el centro y de aquello que es desechado; y la investigación de la manera como las nuevas sociabilidades organizan el significado podrá decirnos mucho más sobre los espacios de imaginación que todos tenemos en común.

4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS:

POSIBLES DEFINICIONES/PROPOSICIONES

¿Pero dónde situar ese espacio de imaginación en las investigaciones socioculturales y de producción de sentido que tratan de entender las transformaciones en la mediatización a partir del lugar que ocupan los medios de comunicación alternativos en la contemporaneidad? En el caso, las premisas epistemológicas exploran la interdisciplinariedad o multidisciplinarie-

dad, que le permiten al investigador estar atento a los significados contenidos en las redes, en los textos y en las voces. Eso nos lleva a creer que la comunicación a través de simples mensajes raramente tiene una visión unitaria del mundo. Al contrario, ofrece complejos mapas mentales, a los cuales se puede tener acceso desde diferentes puntos y navegados por diferentes canales.

En ese sentido, la investigación busca el entendimiento de las diversas prácticas de comunicación alternativas, explorando el potencial teórico de lo que constituye lo alternativo. ¿Los emprendedores de la red Xiquexique están formando un medio de comunicación alternativo? Porque por más importante que sea la contextualización de los medios de comunicación alternativos, es necesario decir que estos medios son al mismo tiempo caracterizados por la diversidad y por la contingencia. Los tradicionales conceptos esencialistas de medios de comunicación alternativos, que engloban a los medios comunitarios y a los medios de la sociedad civil, están llevando a conclusiones que pueden ser altamente ilusorias. La multiplicidad de las organizaciones mediáticas que utilizan estos nombres hace con que la mayoría de las proposiciones mono-teóricas se concentre sólo en determinadas características, ignorando otros aspectos fundamentales de los medios de comunicación alternativos.

En una combinación multi-teórica de proposiciones, Laclau y Mouffe (1985) afirman que la teoría de la identidad política es usada como un arco que protege la estructura teórica. Vea la crítica que ellos hacen al esencialismo:

"El carácter incompleto de toda totalidad lleva necesariamente a abandonar como terreno de análisis la suposición de la 'sociedad' como totalidad suturada y autodefinida. 'La sociedad' no es un objeto legítimo de discurso. No hay principio subyacente único que

la fije – y así la constituya – al conjunto del campo de las diferencias. La tensión insoluble interiorización/exteriorización es la condición de toda práctica social: la necesidad sólo existe como limitación parcial del campo de la contingencia. Es en el terreno de esta imposibilidad tanto de la interiorización como de la exteriorización totales, que se constituye lo social. Sin embargo, al igual que la reducción de lo social al interior de un sistema fijo de diferencias es imposible, implica que también lo es la pura exteriorización, ya que las identidades, para que sean totalmente externas unas en relación a las otras, requerirían ser totalmente internas por lo que respecta a sí mismas: es tener una identidad plenamente constituida y que no es subvertida por ningún (discurso) exterior. Sin embargo, esto es lo que acabamos de rechazar. Este campo de identidades que nunca logran ser plenamente fijadas es el campo de la sobredeterminación" ([LACLAU] y [MOUFFE], 1985, p.151).

Es necesario distinguir entre las definiciones más esencialistas y más relacionistas para ofrecer una visión general de los componentes del concepto instituidor de todo el conocimiento sobre los medios de comunicación alternativos. La definición más esencialista tiende a ver este fundamento como estable, independiente y dueño de una 'verdadera' esencia. En cambio, la definición relacionista incorpora una noción de fluidez y contingencia y ve los fundamentos como mutuamente dependientes e ignora la existencia de una 'verdadera' esencia. El fundamento es visto, por lo tanto, de acuerdo con Laclau y Mouffe, como relacional, contingente, resultado de las prácticas articulatorias dentro de una estructura discursiva.

Aunque la primera proposición para que los medios de comunicación alternativos (centrados en el servicio comunitario) utilicen una estructura teórica más esencialista, que resalta más la importancia de la comunidad que el medio de comunicación que la está

serviendo, otras proposiciones explicitan el foco en la relación entre los medios de comunicación alternativos y las grandes empresas de comunicación. Estas dan más énfasis en la relación de interdependencia entre los dos conjuntos antagónicos de identidades (los medios alternativos y las grandes empresas).

Estos modelos tradicionales de teorización de la identidad de los medios de comunicación alternativos son complementados por dos propuestas centradas en la sociedad. La primera de estas definiciones, de medios "centrados en la sociedad" (society-centered) define los medios alternativos como parte de la sociedad civil. A pesar de la suposición básica de que estas organizaciones civiles son, fundamentalmente, diferentes de las organizaciones de mercado y de estado, es posible todavía dar algún énfasis a la interdependencia de estas identidades, y aquí ella estaría planteada como tercera proposición.

Estas críticas pueden ser más radicalizadas y unificadas en la definición que se establece en la metáfora *deleuziana* del rizoma. Esta proposición permite la incorporación de los aspectos de contingencia, fluidez, hegemonía y centralidad, caracterizados en los análisis de los medios de comunicación alternativos.

5. DEFINICIÓN DEL RIZOMA

Los aspectos de relación de la definición de la sociedad civil y las (críticas sobre) la definición de los medios de comunicación alternativos están basados y unificados en la metáfora del rizoma elaborada por Deleuze y Guattari (1987). La metáfora del rizoma está basada en la yuxtaposición del pensamiento rizomático y del arbóreo. El arbóreo es una estructura, que es lineal, jerárquica y sedentaria. La estructura arbórea es la filosofía del estado, según Deleuze y Guattari. El rizomático, por otro lado, es no-lineal, anárquico y nómada. "Diferente de los árboles con sus raíces, el rizoma conecta un punto con cualquier otro punto"

(DELEUZE y GUATTARI, 1987, p. 19).

En el libro *Mil Mesetas*, Deleuze y Guattari (1987) enumeran una serie de características del rizoma – los principios de conexión y heterogeneidad, multiplicidad, montaje, re trabajados por el individuo, por el grupo, o por una formación social. Este esquema puede ser dibujado en una pared, concebido como una obra de arte, construido como una acción política o como una acción de mediación. Quizás una de las más importantes características del [rizoma] es que él siempre tiene múltiples entradas y caminos (DELEUZE y GUATTARI, 1987, p. 12).

6. MEDIOS RIZOMÁTICOS

La definición rizomática para los medios de comunicación alternativos apunta a tres aspectos:

- a. el rol que ejerce transversalmente en la sociedad civil;
- b. el efecto ilusorio de los medios de comunicación alternativos; y
- c. las interconexiones y vínculos con el mercado y el estado.

La metáfora del rizoma primeramente destaca el papel de los medios de comunicación alternativos que conectan transversalmente organizaciones y movimientos dentro de la sociedad civil. Por ejemplo, las conexiones rizomáticas permiten que se piense en estructuras organizacionales donde las organizaciones de los medios alternativos todavía están basadas en comunidades locales, la red Xiquexique, y se vuelvan simultáneamente comprometidas en redes translocales ([APPADURAI], 1995). Estas redes translocales son caracterizadas por la articulación fluida de la diversidad de las organizaciones de medios de comunicación alternativos. La definición rizomática se vuelve así instrumental al evitar la posición dicotomizada de medios de comunicación alternativos con respecto a lo local y global; en la apertura de cami-

nos para teorizar como lo local y lo global se tocan, y como se fortalecen mutuamente dentro de los medios de comunicación alternativos.

La definición rizomática también permite la incorporación del alto nivel de contingencia que caracteriza a los medios de comunicación alternativos. Tanto la integración fluida dentro de la sociedad (como parte de una gran red social), bien como la relación antagónica con respecto al estado y al mercado (como alternativa para las grandes empresas de comunicación y los medios comerciales. Ambos aspectos hacen con que la identidad de los medios de comunicación alternativos sea altamente ilusoria. La proposición que acabamos de analizar muestra que tanto la contingencia, como la característica elusiva, las cuales también se aplican al rizoma, son los principales elementos que la definen. Esta característica elusiva está relacionada parcialmente, con específicas organizaciones. Por ejemplo, los medios activistas minoritarios y los centros de media independiente hacen alianzas de contingencia cuando una acción política requiere que trabajen juntas. Para ejemplificar todavía, podemos citar Seattle Indymedia, que comenzó a operar durante la Cumbre de la OMC⁴ (Organización Mundial de Comercio). Esta característica elusiva de la media rizomática también existe en los medios de comunicación alternativos, bien como la diversidad, lo que vuelve difícil la reglamentación y control de estas organizaciones.

Como los rizomas, los medios de comunicación alternativos tienden a cortar a través de sus límites y establecer vínculos entre los espacios preexistentes: [...]“un rizoma incesantemente establece conexiones entre cadenas semióticas, organizaciones del poder, circunstancias relativas a las artes, ciencias, y luchas sociales” (DELEUZE y GUATTARI, 1996, 150).

En el caso de los medios de comunicación alternativos, estas conexiones se aplican no solamente en el papel principal que los medios alternativos (pueden) ejercer en la sociedad civil; también se aplican en los

vínculos que los medios de comunicación alternativos (y otras organizaciones civiles) pueden establecer con (segmentos) del estado y del mercado, sin perder la propia identidad y volviéndose así, incorporados y/o asimilados. Estas posiciones, más complejas y ocasionales, provocan algunas veces, crítica a la hegemonía y, en otros casos alianzas temporales con el orden dominante.

Los medios alternativos no actúan completamente fuera del mercado y/o del estado, cultivando una suave relación antagónica (como si fuese una alternativa para las grandes empresas de comunicación) en dirección al mercado y al estado. En otras palabras, ella es no meramente una contra-tendencia, porque ella está comprometida con el mercado y el estado. Ella establece diferentes tipos de relaciones con el mercado y/o con el estado, muchas veces por una cuestión de supervivencia, y, así, puede ser vista como potencialmente desestabilizada o desterritorializada sobre la rigidez y la certidumbre de las empresas de comunicación (DELEUZE y GUATTARI, 1987).

La estructura verticalizada de las organizaciones del mercado y del estado muestra un alto grado de fluidez, pero, estas organizaciones permanecen todavía más rígidas, en la mayoría de los casos, cuando se comparan con las organizaciones de la sociedad civil. Los efectos de la desterritorialización de los medios de comunicación alternativos pueden, al menos parcialmente, superar esta rigidez y traer a la superficie algunos aspectos más fluidos de las organizaciones del mercado y de las empresas no-estatales.

En resumen, la definición rizomática construye y amplía la importancia que es atribuida a la sociedad civil y a la democracia. En contraste con los medios de comunicación producidos por la sociedad civil, donde el énfasis principal no está en su papel como parte de la esfera pública, pero sí en su papel catalizador, funcionando como un vínculo transversal donde las personas de diferentes tipos de movimientos y luchas

se encuentran y se ayudan mutuamente. Como por ejemplo, miembros de movimientos de mujeres, redes sociales en el campo, estudiantes, campesinos sin tierras, y/o movimientos antirracistas.

Los medios de comunicación alternativos pueden, así, no solamente actuar como un instrumento que da voz y visibilidad a grupos de personas con respecto a una resistencia específica, pero, también, tornarse un medio para la rearticulación imparcial y neutra, que favorecería la agrupación de personas y organizaciones, ya activas en diferentes tipos de luchas, resistencias y negociaciones por igualdad.

En especial, en el campo de la teoría democrática, gran énfasis es dado a la necesidad de unificar diferentes luchas democráticas, como si tuviésemos un proponente para todas ellas, como explica Mouffe (MOUFFE, 1997, p. 18), que enfatiza la necesidad de establecer una equivalencia entre estas diferentes luchas; pues considera que no es suficiente el establecimiento de "una simple alianza", pero sí, "varias identidades de estas luchas, de tal manera que, la defensa de los intereses de los trabajadores no sea alcanzada a costa de los derechos de las mujeres, de los inmigrantes, o de los consumidores" (MOUFFE, 1997, p. 19). Este argumento corre en paralelo con la reformulación "de la manera por la cual el poder es decretado y la ciudadanía es expresada" (RODRIGUEZ, 2001, p. 19), como en la teoría democrática radical en que el sujeto político puede experimentar y expresar la posición del sujeto ciudadano de múltiples formas, inclusive insertando la acción política en la vida cotidiana, basada en las relaciones económicas, de género o de etnia (McCLURE, 1992, 123).

La definición de los medios de comunicación alternativos como rizomáticos hace posible destacar la fluidez y la contingencia de las organizaciones de comunicación (comunitarias), en contraste con las formas de funcionamiento más rígidas de las grandes empresas de comunicación comercial y privada. El

carácter elusivo de los medios de comunicación alternativos significa que ellos pueden – por su propia existencia y función – cuestionar y desestabilizar la rigidez y las certidumbres de las grandes organizaciones corporativas. A la vez, esta característica elusiva hace con que los medios alternativos, como un todo, sean de difícil control y encuadramiento por la legislación, lo que les garantiza independencia.

7. PROBLEMAS DE LA DEFINICIÓN DE MEDIA RIZOMÁTICA

Investigaciones sobre medios de comunicación alternativos han aparecido desde la virada del milenio. Algunos estudios intentan dar cuenta de análisis sobre las dimensiones política y social de los medios de comunicación alternativos y se centran sobre los medios de comunicación de los movimientos sociales. Hay también otras formas de medios alternativos, como blogs, twitter y revistas electrónicas, que representan desafíos para la corriente central del periodismo, pues de cierta manera ellos desafían la autoridad y competencia exclusiva de los periodistas profesionales. Investigaciones recientes están empezando a analizar como los medios de comunicación alternativos ofrecen maneras de reequilibrar el poder de los medios tradicionales de comunicación, y como las personas “comunes” son capaces de representar sus propias vidas, experiencias y preocupaciones (asuntos muchas veces ignorados o marginados por las instituciones dominantes de los medios de comunicación). Así, es visible la importancia de la necesidad de aprender más sobre las prácticas específicas de los medios de comunicación alternativos y como las personas producen y usan su contenido. Nuevos imaginarios resultantes de los procesos de mediatización surgen tanto en la zona rural como en los centros y periferias de las ciudades. El valor de estos proyectos alternativos de comunicación no reside sólo en el contenido que producen, pero también en la capacitación educacional y política que ofrecen a sus usuarios. Sin

embargo, el investigador debe estar atento a la posibilidad de tener que encarar la perspectiva de la interrupción o hasta de la amenaza de la existencia de los medios de comunicación alternativos.

Es posible que el papel principal como conector transversal de diferentes movimientos sociales no pueda ocurrir, cuando, por ejemplo, las organizaciones de medios de comunicación alternativos elijan una posición aislada o propaguen un tipo de lucha por un dominio social. Por otro lado, este papel también puede poner en peligro estas organizaciones cuando sus objetivos de estos (o de uno de estos) movimientos entren en conflicto con los objetivos de la retransmisora, y cuando la independencia con respecto a estos movimientos y/u organizaciones civiles pueda estar amenazada. Más adelante, la compleja relación entre organizaciones de estado y mercado crearán un riesgo de incorporación de los medios de comunicación alternativos por parte de las organizaciones corporativas, con la pérdida de la independencia, por ejemplo, financiera. La definición de los medios de comunicación alternativos como rizomáticos revela una cuarta amenaza potencial para la existencia de los medios de comunicación alternativos. La elusiva característica de los medios de comunicación alternativos puede impedir la existencia de un terreno común en el cual la acción pueda ocurrir. Esta falta de un claro terreno común que unifique y estructure los medios de comunicación alternativos, complica el funcionamiento de las organizaciones que los representan y está impidiendo la emergencia de un bien-definido movimiento de medios de comunicación alternativos.

8. CONCLUSIÓN

Aunque sea repetitivo, se hace necesario recordar que toda investigación demanda abordajes oblicuos sobre el objeto analizado. Este estudio no se agota aquí, incluso porque los fenómenos observados en las redes sociales tecnológicas que se forman en la

dimensión disyuntiva de la globalización, en el semiárido de Rio Grande del Norte, que traen a la superficie nuevos arreglos societarios y diferentes posibilidades imaginarias, están sólo empezando en la reconfiguración de los espacios mediáticos. Sin embargo, la contribución generada por el trabajo del investigador puede permitir la construcción de un saber que aproxime y fundamente la acción sociocultural y política en estos espacios antes marcados por zonas de silencio (CANCLINI, 2007, p.171).

Los medios de comunicación alternativos no operan, ni funcionan en el vacío, sino están insertados en los conjuntos de la economía, de la política y de la cultura, sean estos locales, nacionales, regionales o internacionales. Permite evaluar las necesidades de la comunidad y enfatiza la importancia del ciudadano en el proceso democrático. La producción de estos medios alternativos como una práctica política, en el sentido amplio de lo político concebido como una dimensión que es "inherente para toda la sociedad humana y que determina nuestra condición ontológica" (MOUFFE, 1997, 3) necesita ser comprendido a través de teorías que traduzcan sus complejidades. Así se entiende que lo político no es solamente relacionado al sistema político, sino también, a las diferentes esferas de la vida social - la escuela, la familia, la comunidad, y los medios de comunicación alternativos, como esferas válidas e iguales para los efectos de actividades y expresiones de la política democrática. Esta ampliación de lo político permitirá la inclusión de sexo, género e identidades culturales y sus luchas dentro del proyecto democrático. Los medios de comunicación alternativos tienen un importante papel en este proceso, pues ayudan a moldear las redes sociales tanto localmente, como globalmente y hasta transnacionalmente en las diferentes comunidades virtuales o presenciales. Los medios de comunicación alternativos construyen, reestructuran, niegan, y negocian discursos políticos y entendimientos sobre lo que es político, lo que es ciudadanía, lo que es identidad.

NOTAS

1. Parte de la investigación realizada por Maria das Graças Pinto Coelho en 2008, con la red Xiquexique está en "Trabajo Informal y Teléfono Móvil – Distantes, Diferentes, Desiguales, Conectados", in Telecomunicaciones en el Desarrollo de Brasil – SP: Momento Editorial, 2008.
2. Norbert Elias (1997) aborda la configuración social, procesos dilemáticos, relaciones entre el individuo y los procesos más amplios que los involucran y la interdependencia, que puede ser comprendida en una relación 'yo-nosotros' (pensar el mundo social como una red de relaciones interpersonales).
3. La Organización No-Gubernamental Xiquexique tiene cerca de seis mil productores y 50 grupos distribuidos en ocho municipios de Rio Grande del Norte, donde viven aproximadamente 400 mil habitantes.
4. El Centro de Media Independiente de Seattle es un conjunto de organizaciones de medios de comunicación independientes y periodistas que ofrecen cobertura periodística no vinculada a grandes empresas. El centro fue inicialmente establecido en 1999, para realizar la cobertura periodística de las manifestaciones contra el encuentro de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Los manifestantes (de 40 a 100 mil) involucrados en la Batalla de Seattle, tenían motivaciones y perspectivas políticas distintas. Mientras miembros de ONGS y humanistas protestaban contra el avance de políticas neoliberales, que consideraban una amenaza a los derechos humanos y a las políticas de salud, educación y distribución de renta en los países pobres; los ambientalistas querían impedir las negociaciones, para evitar la degradación ambiental; los sindicalistas a su vez luchaban por la manutención de los derechos laborales; y por último otros grupos demostraban repudio por el capitalismo global. Hoy, diez años después de ese evento, conocido como la Ronda del Milenio, el Centro ofrece reportajes, fotos, audio y vídeo a través del portal Indymedia [Center] <http://seattle.indymedia.org>. Importante resaltar que el centro, actualmente es una red descentralizada y autónoma que alberga un centenar de activistas, periodistas independientes, y centros de media alternativa de todas las partes del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

- APPADURAI, Arjun. *La globalización y la imaginación en la investigación*. Disponible en: <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/GLOBALIZACION%20E%20IMAGINACION.pdf>. Acceso em: 25 oct. 2009.
- APPADURAI, Arjun. "The Production of locality" en FARDON, R. (Ed.) *Counterworks: managing the diversity of knowledge*, Routledge, London. 1993.
- ATTON, Chris. Ethical Issues in Alternative Journalism. *Ethical Space*, 1 (1):26-31, 2003.
- BAILEY, Olga et al. *Understanding Alternative Media*. Open University Press, London. 2007.
- BAUDRILLARD, Jean. *Para uma Crítica da Economia Política do Signo*. Edições 70, Lisboa. s/d.
- BUTT, D. *Reflections on the Politics of Practicality: Evaluating ICT for community development*. *3C Media*, 4, p.36-45, 2008.
- CANCLINI, N. *Diferentes, Desiguais e Desconectados: Mapas da Interculturalidade*. RJ:Ed.UFRJ, 2007.
- CALHOUN, C. "Introduction: Habermas and the Public Sphere" en Calhoun, Craig Ed., *Habermas and the Public Sphere*. MIT Press, Cambridge. 1992.
- COELHO, Maria das Graças Pinto. "Trabalho Informal e Celular – Distantes, Diferentes, Desiguais, Conectados" en *Telecomunicações no Desenvolvimento do Brasil*. Momento Editorial, São Paulo. 2008
- COULDRY, N. *Space of digital storytelling. Mediatization or mediation?* *New Media and Society*, 10: 373, 2008.
- DELEUZE, G. e GUATTARI, F. *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*. University of Minnesota Press, Minneapolis. 1987.
- ELIAS, Norbert. *Towards a theory of social processes: a translation*. *The British Journal of Sociology*, v. 48 (3): 355-383, UK.1997.
- GITLIN, T. "Public spheres or public sphericules" en Liebes, T e Curran, J. Ed. *Media, Ritual and Identity*. Routledge, London. 1998.
- HARCUP, T. *I am doing this to change the world: journalism in alternative and mainstream media*. *Journalism Studies*, 6(3): 361-74. 2005.
- LACLAU, E. e MOUFFE, C. *Hegemony and Socialist Strategy: towards a radical democratic politics*. Verso, London. 1985.
- LEWIS, P. e JONES, S. *From the margins to the cutting edge*. IAMCR, 2006.
- McCLURE, K. "On the subject of rights: pluralism, plurality and political identity" en MOUFFE, C. *The Return of the Political*. Verso, London. 1993.
- RODRIGUEZ, C. *Fissures in the Mediascape: an international study of citizens' media*. Hampton Press, Cresskill, NJ. 2001.
- SCHULZ, W. *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept*. *European Journal of Communication*, 19; 87. 2004.
- SODRÉ, Muniz. "Eticidade, campo comunicacional e midiatização" en MORAES, Denis de. *Sociedade Midiatizada*. Muad, RJ. 2006.

Registro Bibliográfico

PINTO COELHO, Maria das Graças y GUEDES BAILEY, Olga,
"Transformaciones en la mediatización y percepciones diferenciadas sobre el concepto de medios de comunicación alternativos" en *La Trama de la Comunicación, Volumen 15, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, 2011.*

RECIBIDO: 11/09/2010

ACEPTADO: 3/11/2010

