

# *Alternativas, actores y articulaciones: prolegómenos para una investigación acerca de movilización social y comunicación alternativa en América Latina*

Por Alexander Amézquita Ochoa

Sociólogo, Universidad Nacional de Colombia. Matemático, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Master (c) en Antropología, FLACSO, Sede Ecuador. Cooperante Internacional para el área de Formación e Investigación de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica). Coordinador de la Investigación “Redes de comunicación alternativa y movimientos sociales emergentes en América Latina”, auspiciada por Ayuda en Acción.

1 El concepto de capital simbólico proviene principalmente del trabajo de Pierre Bourdieu (1993, 1997), quien lo concibe como el poder de hacer cosas con la palabra, y como “un poder de consagración o de revelación”.

2 Me refiero aquí a la política en el sentido de Carl Schmitt, es decir, como la arena de lucha en la

*Porque la palabra, que arranca al prosista  
de sí mismo y lo lanza al mundo,  
devuelve al poeta, como un espejo,  
su propia imagen*  
Jean Paul Sartre, *Qué es la Literatura* (1947)

Existe una amplia literatura que habla de las relaciones, asimetrías y negociaciones en las que se involucran los movimientos sociales y los medios masivos de comunicación. Y esto sucede, principalmente, porque a casi nadie le queda duda hoy día del establecimiento de la hegemonía a través de los medios. Con su reconocida capacidad para la formación de la agenda pública, la construcción de escenarios sociales y políticos, la instalación de determinados debates y la legitimación y deslegitimación de ciertos temas y personas, los medios masivos construyen y ofrecen el discurso hegemónico. De allí que las concepciones más estructuralistas vislumbren como objetivo central de la vinculación entre la movilización social y los medios de comunicación la lucha por la hegemonía, por la legitimación del discurso y por disputar el sentido de sus propuestas frente a los discursos oficiales.

En tanto, los medios de comunicación se ubican en lugares simultáneos: por un lado, en el centro, en el locus de la producción del poder simbólico, es decir, en el lugar de la producción de las representaciones del mundo<sup>1</sup>; por otro, esa producción cultural se sopesa según los productores que participan de ella, por lo que los medios de comunicación también son medios para la participación. Y en esos lugares confluyen con los procesos de movilización social que buscan competir en espacios de producción de poder simbólico y participar de la construcción social de la política<sup>2</sup>. En consecuencia, si nos ubicamos en lugares de “resistencia”, de planteamiento de otras miradas de mundo, de concepciones no capitalitas de la economía, no neoliberales de la política y no globalizadas de la cultura, la pregunta por las alternativas se convierte en una cuestión urgente. ¿Cuál es el lugar que se le otorga a la comunicación alternativa en los procesos de movilización? ¿Cuáles son los modos de relacionamiento de estas dos prácticas sociales? Estas preguntas definen un nuevo escenario de acción social, un escenario donde no sólo se

disputa el discurso legitimado, o la hegemonía, sino la posibilidad misma de controlar herramientas de poder simbólico distintas.

Ahora bien, qué es lo que hace distintas a estas herramientas y, de la misma forma, cuáles serán los contenidos de esas nuevas formas de hacer uso de un poder como éste son las preguntas que guían el presente artículo. En este sentido, mi objetivo particular es proponer una mirada sobre las características, condiciones y perspectivas de la articulación entre movilización social y comunicación alternativa en América Latina y el Caribe, tomando en consideración la forma en la que las múltiples luchas sociales de la región son reconocidas, y se reconocen a sí mismas en muchos casos, como planteamientos válidos de “otro” mundo posible. La primera parte tratará de describir la multiplicidad de factores que entra en juego cuando hablamos de comunicación alternativa; la segunda, de proponer una mirada particular acerca de la movilización para, finalmente, sugerir un modelo de análisis de su articulación, basado en la experiencia de investigación adelantada por ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) y la organización Ayuda en Acción.

#### Lugares de enunciación de lo alternativo

El asedio de lo múltiple parece ser una de las experiencias más claras en la sociedad actual. Desde las formas de representación, las tecnologías para manipular el mundo y las propias tecnologías de producción del yo, hasta los contenidos de las luchas sociales, en todo ese amplio espectro la multiplicidad parece una condición de posibilidad de las prácticas sociales. Los discursos sociales, por tanto, pueden asumir una condición multi-situada, tanto desde sus lugares de enunciación como hacia sus espacios de interpretación, lo que imprime a todo proceso de comunicación una mayor complejidad. Es decir, los medios de comunicación no sólo se ubican en lugares de producción de poder sino que lle-

van a cabo prácticas basadas en tal poder y, como cualquier uso de poder, producen algo: mercancías, discursos, cuerpos. De allí que comprender los distintos modos en que los medios de comunicación producen, y las diferencias que se involucran, es una tarea central de la práctica de la movilización social, la rendición de cuentas de nuestras democracias y la construcción de ciudadanías activas e informadas. Atendiendo a esto, en lo que sigue me propongo describir precisamente esa multiplicidad de perspectivas acerca de los lugares desde los que se enuncia lo alternativo.

Una de las principales vertientes en la que puede ubicarse una discusión acerca de los medios alternativos de comunicación es aquella en la que el proceso de comunicación se comprende, no solamente en términos representativos (para la gente) sino, también, en términos participativos (desde la gente). En gran medida, los postulados de esta perspectiva podrían resumirse a partir de las ideas de Bertolt Brecht (1983) acerca de los medios de comunicación, y en las que se sostiene que un sistema de comunicación se diferencia de un sistema de distribución puesto que no sólo es capaz de transmitir sino de recibir, es capaz de hacer que el receptor no solamente escuche sino que hable, que no lo aisle sino que lo conecte. En esta perspectiva, entonces, el receptor es activado y re-empleado como productor.

Sin duda, es clara en esta perspectiva la inspiración marxista. Cuando en el Prólogo a la *Contribución a la Economía Política* Marx (1857) expone sus ideas se basa en una premisa: “No es la conciencia de los hombres la que determina su existencia, son sus condiciones de existencia las que determinan su conciencia”. Este postulado justifica la comprensión de la alienación, pues la incapacidad del trabajador para experimentar su producción, es decir, de reconocer su autoría respecto de los productos del mercado, es una condición esencial de su conciencia proletaria, alienada. En esa línea, Hans Magnus

que se enfrentan distintos intereses, distintos modos de estar en mundo, y donde se negocian las condiciones de las prácticas sociales, económicas y culturales de las sociedades.

Enzensberger (1974) se sorprende de los medios de comunicación al considerar que ellos permitieron, "por primera vez en la historia, que se hiciera posible la participación masiva en un proceso productivo social y socializado, (puesto que) los medios prácticos estaban en las manos de las masas en sí mismas". No obstante, este proceso incipiente de emancipación con el que Enzensberger relaciona a los medios es contradicho por la lógica del consumo a la que se dirige la comunicación masiva. Los productos comunicacionales con los que nos encontramos hoy en día, en ese espacio que denominamos comercial, masivo o de consumo, no ponen en las manos de la masa los medios de producción sino que, por el contrario, ejercen un poder de construcción de representaciones del mundo que convierte a ese mundo en un deseo que parece surgir de la voluntad de sus receptores. A diferencia de un proceso de emancipación, se construye una falsa conciencia, un deseo y una necesidad de algo en lo que no se ha participado como productor sino solamente como consumidor.

Otro tipo de análisis ha ubicado de una manera similar a la publicidad. Algunos vieron en ella la tan preciada mercancía absolutamente democratizada de la perspectiva marxista, es decir, una mercancía a la que todos y cada uno tiene acceso sin importar sus capacidades de consumo, sus condiciones de existencia o su conciencia. Pero la publicidad, en su posibilidad democratizadora del mercado, no ha servido de igual manera para democratizar otros procesos, en especial para hacer partícipes a los receptores de su producción. Y es precisamente esta realidad la que lleva a que no haya una inocencia en la afirmación de Enzensberger, pues más adelante es capaz de distinguir en su análisis entre el uso *represivo* de los medios -que genera un control centralizado, con mensajes que fluyen en una sola vía, producidos por especialistas, dirigido a individuos aislados y que promueve un consumo pasivo- y el uso *emancipatorio* -que es descentralizado, con

vínculos de muchos a muchos, que suscita la interactividad, que es producido colectivamente y activamente usado, y que promueve la movilización colectiva-.

Así, una primera versión de los medios alternativos se vincularía con este carácter emancipatorio del uso que se hace de ellos. Hablaríamos entonces de una especie de paradigma democrático-participativo que conjuga pequeña escala, favorece patrones de interacción horizontales y facilita la expresión de las necesidades de los ciudadanos (McQuail, 1994). Pero las características expuestas por Enzensberger nos hablan de ciertas prácticas más profundas: 1) no se dirige a individuos aislados, sino que promueve la organización y la movilización; 2) es activamente usado, es decir, no produce una información cuya potencialidad se reduce a ser un dato, una caracterización específica de una realidad, sino que sus productos son usados, se convierten en piezas de nuevas producciones, sirven para usos colectivos internos dentro de organizaciones, o son insumos para otros medios, pero con un carácter organizativo, político, no simplemente informativo o noticioso.

Pero esta no es la única ubicación discursiva de la alternatividad. Las visiones oficiales, en especial las adelantadas por UNESCO, mantienen la idea de una necesidad comunicativa experimentada por pueblos y comunidades que han sido tradicionalmente excluidos de la producción y distribución de mensajes mediáticos. Esta perspectiva, entonces, se relaciona con lo que podríamos llamar un paradigma basado en conceptos de acceso, participación y autoadministración. Aquí, *acceso* hace referencia al rol de servicio público atribuido a los medios, a la posibilidad de las personas de elegir entre una variada propuesta comunicativa y retroalimentar a las organizaciones encargadas de la producción con sus reacciones; la *participación* se vincula con el involucramiento del público en la producción y el diseño de sistemas de comunicación; y la *auto-admi-*



nistración se refiere al ejercicio de promover en la gente la participación también en la toma de decisiones al interior de las empresas de comunicación, así como en el diseño de políticas públicas al respecto (Servaes, 1999).

Una tercera perspectiva se relaciona con lo que podríamos llamar el carácter comunitario. Construir dicho carácter requiere una comprensión de la ubicación geográfica de un proyecto comunicativo y/o una comunidad de intereses. En este contexto se construyen procesos de comunicación en los que adquiere otro tono la participación, pues emisores y receptores comparten las mismas preocupaciones respecto de temas comunitarios, es decir, la comunidad realiza la reproducción y la representación de sus intereses compartidos. Esta "comunidad" (geográfica y de intereses) sirve como un marco de referencia para una interpretación compartida de la relevancia de los tópicos comunicados al interior de la comunidad (Hollander, Stappers y Jankowski, 2002). En esta perspectiva, la comunicación no sólo se define en términos de emisor y receptor, sino al interior de un arreglo social específico, en relación a su propia estructura -las estructuras de significación a nivel comunitario e individual- y a la interacción entre formas de comunicación mediadas y no mediadas. En esencia, el contexto geográfico, las estructuras sociales y un cierto sentido de identidad definen esta perspectiva comunitaria (Newby, 1980).

Cuando nos referimos específicamente a los modos de organización de la producción en los medios alternativos existe una primera aproximación. Raymond Williams (1980) nos ofrece una cierta caracterización que sirve de base para una crítica y una construcción conceptual: la estructura de los medios se define principalmente a través de tres variables, a saber, profesionalización (destrezas), capitalización (recursos) e institucionalización (sistemas de control). De esta forma, el sistema de medios masivos se construye a partir de barreras ante una amplia participación social en su creación, produc-

ción y difusión. Por ello Chris Atton (2002), entre otros, sostiene que las distinciones entre medios masivos y alternativos se ubican en la desprofesionalización, descapitalización y desinstitucionalización de estos últimos. Para este autor, los medios alternativos "deben estar disponibles para la gente ordinaria sin la necesidad de entrenamiento profesional, sin un gasto excesivo de capital y deben tener lugar en configuraciones diferentes a los sistemas mediáticos u otros sistemas similares" (mi traducción).

Pero estas características parecen responder más a una oposición a los esquemas conceptuales u organizativos dominantes de los medios masivos que a los retos que propone una mirada pluralista de la comunicación, la economía, la política y la cultura. En ese sentido, James Hamilton (Atton, 2002) hace un propuesta interesante: "En contraste con ser un sinónimo de 'medios', la comunicación es mejor vista en términos culturales: como una construcción creativa del orden social". En ese mismo sentido, Luis Beltrán (1980), por ejemplo, ha propuesto dos características de la investigación sobre medios alternativos en América Latina: por un lado, la mutua vinculación entre teoría y práctica de la comunicación alternativa; por otro, que las ideologías foráneas determinaron conceptos y premisas en comunicación que invadieron las prácticas mediáticas y los programas de desarrollo a través de programas de entrenamiento y estructuras de financiación dominadas por el norte. Esta última característica es clave pues demuestra la particularidad del proceso latinoamericano donde, en muchos casos, los esquemas de sostenimiento de la comunicación alternativa surgieron bajo una lógica centralizada y de control similar o igual a aquellas estructuras de los medios masivos a las que se oponían.

Pero más allá de esta crítica a los procesos de "desarrollo" inducidos desde fuera, lo que resulta más relevante en la actualidad es que el esquema desprofesionalizado, descapitalizado y desinstitu-

cionalizado no funciona de forma mecánica en el contexto latinoamericano. Es posible encontrar variaciones importantes como, por ejemplo, altos niveles de profesionalización, entrenamiento y formación en los miembros de medios alternativos en la región, o esquemas de sostenibilidad competitivos en varias vías: o bien se basan en esquemas no capitalistas, a través de trabajo voluntario o de financiamiento a través de agencias de cooperación, apoyos voluntarios, etc., o bien se trata de estructuras bien insertadas en el mercado, pero que ofrecen una propuesta comunicativa no comercial, o por lo menos no pensada en sus lógicas de consumo y supuesta neutralidad política. El punto en el que tal vez se mantenga de mejor forma el modelo es en el relacionado con la desinstitucionalización: las estructuras de participación, de control y de seguimiento se vinculan con lógicas más horizontales en la comunicación alternativa, desde la organización interna, los procesos de contratación y las relaciones laborales, hasta la participación de la gente en la producción, pasando por lógicas de relacionamiento en muchos casos comunitarias. Para centrarnos entonces en las posibilidades de comprensión generadas desde la región latinoamericana proponemos ahora sus principales prolegómenos.

Una primera perspectiva es aquella adelantada por Luis Beltrán y Paulo Freire. Basados en la metáfora de comunicación horizontal vs. comunicación vertical, se construyeron dos perspectivas que contraponían, por un lado, flujos unidireccionales de información, usualmente de norte a sur, con comunicación bidireccional y horizontal y, por otro, en vinculación a la teología de la liberación, se enfatizaba el diálogo (en contraposición al monólogo con el que se relacionaba a la comunicación de carácter más vertical) en el proceso comunicativo por el cual era posible alcanzar una conciencia crítica (Freire, 1972). Así, con ideas de participación y democratización, esta metáfora ha dado lugar a múltiples

versiones del dualismo: autoritario/democrático, industrial/artesanal, poder centralizado/autoadministración, de arriba hacia abajo/desde abajo.

La segunda perspectiva se opone a una preocupación por procesos y estructuras, como la anterior, y apuesta más bien a una comprensión de las metas y contenidos. Haciendo varias críticas a la propuesta anterior -entre ellas que no era sensible, o por lo menos no estaba sincronizada con las realidades sociales y políticas de muchos de los países de la región, y que apuntaba a una teología de la liberación basada en el individualismo- la idea de metas y contenidos apostaba por promover los vínculos entre los procesos de comunicación alternativa con movimientos sociales más grandes, pues de lo contrario se corría el riesgo de "degenerar en 'fiestas' de comunicación" (Kaplún, 1980). Tal como sucediera con la perspectiva anterior, se construyeron a partir de ésta diferentes dualismos: 1) mientras la corriente principal de los medios tiene como meta funcional fragmentar a la audiencia en espectadores aislados y consumidores autónomos, la comunicación alternativa pretende construir conexiones entre su audiencia (Reyes Matta, 1982); 2) hay otra línea que diferencia entre metas relacionadas con la transferencia de datos y metas educativas (Martínez Terro, 1980). En resumen, la comunicación alternativa en esta comprensión busca un matrimonio entre un contenido liberador y la construcción de solidaridad, esto es, la construcción de la comunicación como herramienta de una praxis social más amplia (O'Connor, 1989; Lozada y Kuncar, 1986).

En la raíz de estas perspectivas se encuentra el trabajo temprano de Antonio Pascuali (1963), quien definió a la comunicación como el significado que es forjado a través de la coexistencia, la co-presencia y la colaboración en un mundo común. Para Pascuali esto era posible sólo bajo la condición de que la gente se comprometiera en el diálogo, un diálogo que se convertía en la esencia de la comunicación. Por su parte, Oswaldo Capriles (1986)

afirma que el diálogo permanente, la participación que es espontánea y pertinente -y no arbitraria o condicional-, es la fuente de las decisiones colectivas. En tanto, una perspectiva con un alcance menor es aquella que podemos identificar con la retórica de la democracia electrónica. Desde esta concepción, las nuevas formas de comunicación (mediadas por computador y la conexión a la red) crean espacios públicos, arenas para el libre compromiso de los ciudadanos con la deliberación y el debate público. Y finalmente tenemos una perspectiva crítica. Basados en el trabajo de Williams (1961), donde se enfoca el concepto de “comunicación masiva”, se construye una crítica de las formas de comunicación institucionalizadas. Para este autor no hay masas, sólo formas de ver a las personas como masas. Pero estas formas no sólo son perspectiva, sino que comportan asociaciones negativas, e incluso antidemocráticas, pues suponen en muchos casos asumir un grupo central y de elite de productores, que genera material consumido por otros, geográfica y socialmente diferenciados de ellos. Así, lo que se podría denominar como comunicación democrática comporta, por el contrario, procesos de producción que reflexionan acerca de “estructuras de sentimiento” a su alrededor, lo que implica metas de participación popular, sensibilidad y capacidad de reacción a formas emergentes de pensamiento, y una habilidad para expresar tales formas (Hamilton, 2000).

De este modo, la multiplicidad se encuentra en la complejidad de los fenómenos en el área de la comunicación alternativa en América Latina y el Caribe. Mientras las miradas predominantes en los 60 y 80 giraban alrededor de las dicotomías clásicas del capitalismo y el socialismo, las experiencias comunicativas de los 90 y posteriores se han enfrentado a múltiples cambios. En este sentido, los procesos de ajuste estructural hicieron que el Estado dejara de ser el “enemigo”, pues su reducción trasladó la lucha hacia otras esferas de lo social, lo po-

lítico y lo económico. Tal es el caso de la inserción en mercados transnacionales, las nuevas experiencias de la migración, el codesarrollo y los espacios de lucha que lo trascienden, como el género, las identidades sexuales, el medio ambiente o el VIH-Sida. La comunicación alternativa ya no se encuentra únicamente en el otro lado de lo comercial, o de los modos de producción capitalistas, sino que se enfrenta al desafío de producir nuevos contenidos, otras formas de noticiabilidad, experimentos estéticos y luchas políticas que la colocan ante necesidades como la articulación con redes. Así, las redes de comunicación alternativa construyen un lugar particular de enunciación: ya no se trata únicamente de la oposición, del contrapoder, sino de la expresión vivida de la vida cotidiana desde fuentes distintas al consumo; de plantear nuevas fuentes de sostenibilidad, con miradas estratégicas, y de crear formas expresivas diversas, que comprendan a las fronteras como una posibilidad de estar juntos y de construir colectivamente, y no como una separación. Por ello se enfrentan al asedio de lo múltiple.

#### La movilización social

Para iniciar esta discusión es importante resaltar mi propio lugar de enunciación. Hablo desde una versión incidente de la academia, desde la práctica radiofónica popular, educativa y comunitaria, y esto lo hago para evidenciar un hecho particular. Existe una cierta certeza en nuestro medio: por un lado, concebimos a los movimientos sociales como sujeto, en tanto un actor más, un compañero más, en una práctica transformativa de la sociedad<sup>3</sup>; por otro, el carácter alternativo o alterno de las redes no nos es ajeno, porque también pretendemos construir alternativas, otras vías, no sólo para llegar a un mejor conocimiento y comprensión de la realidad, sino también para acercarnos más a ella, para involucrarnos en sus procesos de transformación. Por eso, cuando indagamos en torno a la articula-

3 Los medios populares y comunitarios se plantean, no sólo como un modo democratizador de la expresión de los pueblos sino, también, como una herramienta para la transformación social. Y aunque se pretenda superada una visión instrumental de la comunicación es cierto que seguimos pretendiendo incidir de esa forma en la sociedad.



ción entre los procesos de movilización social y el carácter alternativo de ciertas redes de comunicación, lo que parecería una empresa simple, es decir, reconocer en el terreno aquello por lo que trabajamos día a día, se convierte en una dura tarea por desarrollar un pensamiento más crítico, esto es, en palabras de Michel Foucault, “el esfuerzo por saber cómo y hasta qué punto podría ser posible pensar de manera diferente en lugar de legitimar lo que ya se conoce” (Escobar, 1991).

Desarrollar un pensamiento crítico es necesario porque estamos anclados en historias e ideales que debemos empezar a deconstruir para sentar las bases de un proyecto político. Pensamos que conocemos las motivaciones principales de los movimientos sociales, y tenemos supuestas certezas acerca de la alternatividad de nuestras redes pero, en realidad, en mucho de ello sólo repetimos. Por eso presentamos a continuación una breve revisión de las que consideramos las principales tendencias en el análisis de la movilización social.

Una de las transformaciones centrales que ha sufrido el estudio de los movimientos sociales tiene que ver con su carácter estructural. Los análisis que predominaron en los 50, 60 y 70 estaban centrados en las condiciones estructurales que permitían y motivaban la movilización, en los procesos de modernización e industrialización, y también en los procesos de aculturación derivados de la estructura de dependencia de nuestros modelos de desarrollo económico. Con el surgimiento de las teorías y modelos de los nuevos movimientos sociales aparecieron múltiples perspectivas, distintas de las estructurales. Las teorías de la movilización de recursos (Olson, 1965; Jenkins, 1983; Cohen, 1985), en un intento por oponerse a las tradiciones de la psicología social, apostaron por la racionalidad de la acción, en contraste con las teorías de la irracionalidad de las masas, en boga a partir de los trabajos de Gustave Le Bond. Así también, los paradigmas de la identidad buscaron oponerse tanto a la irra-

cionalidad de las masas como a los enfoques economicistas de la movilización de recursos, y lo hicieron a través de la concepción de la necesidad de procesos de identificación entre los miembros de colectivos, es decir, opusieron una perspectiva cultural a la económica y política que predominaba en los anteriores análisis.

Esta breve y somera introducción nos habla no tanto de un desarrollo como de la complementariedad de las comprensiones para dar cuenta de los movimientos sociales: aunque las estructuras sociales ya no son las mismas, no podemos negar el peso que ostentan en la actualidad factores como los recursos y los cooperantes en las acciones de los movimientos sociales, o también la importancia de los niveles de conectividad presentes en determinados arreglos sociales para las movilizaciones de recursos, personas y mensajes. Asimismo, los marcos en los que definimos la racionalidad contemporánea pueden bien quedar cortos ante las formas de expresión y presión que múltiples movimientos ponen en marcha para llevar su mensaje y conseguir sus objetivos. Tenemos ejemplos muy diversos de economías bien estructuradas tanto en el discurso como en la sostenibilidad de muchos movimientos sociales y, por supuesto, los dispositivos que activan la identificación entre individuos para participar de una determinada movilización, las tecnologías simbólicas que movilizan algunos actores sociales, e incluso las tecnologías del yo que operan las personas para construir sus ideas de bienestar; todos ellos son aspectos con los que jugamos en la comprensión de este sujeto de estudio. Y es por esto que la comprensión de los movimientos sociales debe ir de la mano con la descripción de sus prácticas y la deconstrucción de sus motivaciones. Para dicha descripción y deconstrucción es importante comprender que es posible hacer uso de un sano eclecticismo, es decir, tomar múltiples aportes, desde distintas perspectivas y disciplinas, para caracterizar la práctica de la movi-

lización, la identificación y la propuesta de grupos organizados de acción.

En lo que queda, presentaremos la conceptualización de un objeto de estudio: la articulación entre medios alternativos y movimientos sociales, tratando de responder a la multiplicidad que hemos pretendido evidenciar en la revisión anterior.

### Los signos y símbolos de la articulación

Bruno Latour nos sirve de puente en esta comprensión: para él la articulación deviene en el planteamiento de geometrías posibles donde hablar de polos no tenga sentido. Esa es precisamente la intención de una comprensión de la articulación que propenda por una democracia de la diferencia y no del consenso universal. Lo más importante de la perspectiva de la articulación es que su producto es el *discurso*, tal vez el objeto más infinitamente semantizable e interpretable del tejido social. Y es así como Ernesto Laclau y Chantal Mouffe definen a la articulación, como "toda práctica que establece una relación tal entre elementos que la identidad de éstos resulta modificada como resultado de esa práctica. A la totalidad estructurada resultante de la práctica articuladora la llamaremos *discurso*. Llamaremos *momentos* a las posiciones diferenciales, en tanto aparecen articuladas en el interior de un discurso. Llamaremos, por el contrario, *elementos* a toda diferencia que no se articula discursivamente" (García Dauder y Romero Bachiller, 2002).

¿Y cuál es entonces el sentido de estas afirmaciones? Precisamente, que se trata de la construcción de discursos. Los medios de comunicación alternativos, las redes, no construyen discursos, los movimientos sociales tampoco, es su relación la que los construye, y ese es precisamente el contenido de su articulación. Y la cuestión está siempre relacionada, como en cualquier transacción entre actores, con una economía, en este caso una economía discursiva. Ante esta visión de economía políti-

ca de la articulación surgen preguntas tales como: ¿Bajo qué condiciones puede ser producida y forjada una relación? (Hall, 1996) ¿Cuáles son los costos de oportunidad de dicha relación? ¿Cuáles son las variables centrales de dicha economía política que determinan su producción, es decir el discurso? Y entonces ese discurso tiene un sentido, responde a una pregunta ontológica: ¿Quiénes somos nosotros? (Haraway, 1999). Pero esta pregunta ya no nos responde por la individualidad y el aislamiento, sino por la identidad construida, incompleta y reconstruible derivada de la articulación.

Dicho de otro modo, para poder comprender una articulación cualquiera habría que añadir: ¿Quiénes somos nosotros *ahora*?, es decir, ¿quiénes somos después del discurso? Ello podría darnos luces acerca de cómo se relacionan los movimientos sociales y las redes de comunicación alternativa. En especial porque cuando hablamos de discurso se entromete un siempre innombrable "silencio". Pero el silencio mismo es un discurso, es algo construido por los *momentos* de la articulación, con su decisión de no ponerse en contacto, con la ignorancia respecto al otro y sus posibilidades. Así, podemos hablar del discurso dicho y del que está por decirse, del no dicho, y entonces comprender el contenido de la articulación. Porque sus signos y símbolos son los de la construcción conjunta. La economía discursiva que entra en juego cuando un mensaje de movilización debe convertirse en una producción comunicativa, y la economía política que entra en juego cuando un proyecto comunicativo debe promover un cierto tipo de movilización. Todo esto comprende una economía político-comunicativa en la que es posible identificar sacrificios, costos, ganancias, inversiones, plazos y dilemas. Y las variables del intercambio constituyen la estructura de la producción discursiva: si para la economía política podemos identificar el capital, el trabajo, la infraestructura, la posición política del Estado, el nivel de articulación de las fuerzas productivas, los modos



de producción, etc., como variables que la definen en distintos arreglos sociales o sociedades, para la economía político-comunicativa también debemos tomar en cuenta la conectividad, el nivel de articulación de las audiencias y las bases sociales, la infraestructura tecnológica, los niveles de organización, las trayectorias, etc.

#### Una propuesta de construcción del sujeto de estudio

Con las ideas desarrolladas hasta ahora pretendo construir una versión preliminar, una provocación acerca de lo que podría ser un modo de investigar la articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación alternativa, en el marco de la investigación que se propone ALER y Ayuda en Acción para el 2007. El objetivo de este apartado final es presentar un breve esquema de análisis: primero, vamos a considerar cuatro tipos diferentes de distinciones entre las configuraciones de movimientos sociales, las dos primeras vinculadas con el contexto y la estrategia de los movimientos, y las dos últimas vinculadas con las comprensiones de la injusticia; posteriormente pretendemos presentar algunas ideas acerca de la relación entre movimientos y medios; y, finalmente, una pregunta a modo de epistemología de la investigación.

Un primer elemento a tener en cuenta es que los movimientos sociales se juegan hoy en día en un contexto particular, pero que a la vez dicho contexto puede clarificar su relación, en primer lugar, con los ámbitos de la comunicación, y podremos seguir ese camino hasta las redes de comunicación alternativa.

Sin duda, uno de los principales teóricos de los movimientos sociales que podría permitirnos una comprensión de este tránsito hacia la comunicación es Alain Touraine. El contexto en el que la movilización social organizada se convirtió en un objeto de estudio es bien definido: se trataba de las sociedades industriales, las cuales habían desarrollado ca-

pacidades para transformar los medios de producción en pos de inventar dispositivos mecánicos y sistemas de organización. En ese contexto, era evidente que las movilizaciones tenían motivaciones principalmente de clase, y que la forma principal de esa movilización era la confrontación con las demostraciones primarias del capital (mercancías, máquinas y empresas). Pero a partir de los años sesenta empieza la performance de una sociedad que por contraste crea tecnologías que son capaces de producir bienes simbólicos, lenguajes e información. Esta sociedad genera no sólo medios de producción sino, también, fines, demandas y representaciones.

Dicha sociedad es denominada por Touraine (1985) como "sociedad programada", y presenta características especiales: 1) las principales inversiones tienen lugar en el nivel de la gestión de la producción (a diferencia de la sociedad industrial que las situaba en el de la organización del trabajo), por lo que la información se convierte en el recurso clave; 2) es cada vez más una sociedad de producción y de cambio y no una sociedad heredada; 3) el Estado ha perdido gran parte de su influencia y poder y está cada vez menos unificado (Casquette, 1998). Estas condiciones cambian la configuración de la lucha de clases. Para Touraine la existencia y práctica de múltiples y diversos movimientos sociales en esta sociedad posindustrial es el signo de un conflicto central entre una clase dirigente con poder político y económico, y una clase dominada a la que se suman aquellos que se enfrentan al control de la clase dirigente sobre los patrones culturales. Y una característica central de este conflicto es que ocurre al margen del Estado. Porque si bien de cierta forma establece que la lucha central que se desarrolla es una lucha por el control de la historicidad, es decir por los cursos de la historia, es posible identificar dos tipos de movimiento: los *movimientos sociales*, que luchan por el control del modelo cultural dominante, y los *movimientos culturales*, que desafían

los aspectos de ese modelo relacionados con los valores éticos o culturales.

No obstante, a este primer conjunto de distinciones podemos añadir otro más. Antonio Gramsci (1971), en su intento por comprender los modos en los que era posible el control de la historicidad, distingue dos tipos de políticas: las de *maniobra* y las de *posición*. Las primeras involucran, principalmente, asaltos o ataques a las estructuras y culturas institucionales existentes, implicando el despliegue rápido de fuerzas en el contexto de una coyuntura específica, con el objetivo de obtener ventajas tácticas -como en el uso de demostraciones o acciones directas-. Las segundas se refieren, particularmente, a los intentos por ocupar o crear nuevos espacios para identidades, moralidades y formas de vida alternativas al interior de los límites de las estructuras sociales, políticas y estatales vigentes, activando un proceso de largo plazo hacia la construcción de un bloque de fuerzas sociales mediante la educación popular, la formación de conciencia, el desarrollo comunitario, etc. Es importante recalcar que para Gramsci la conjunción de ambos tipos era indispensable en la construcción de la política, en lo que es conocido como la *perspectiva dual*.

Las anteriores distinciones definen el contexto y la estrategia del movimiento, por eso pretendemos explicar en este punto las referentes a las motivaciones, específicamente relacionadas con las comprensiones de la injusticia. La primera distingue un concepto socioeconómico de la injusticia de un concepto cultural: se trata de las políticas de la *redistribución* y las políticas del *reconocimiento*. Así, mientras la primera es una comprensión de las motivaciones en las que la injusticia está enraizada en la estructura político-económica, la segunda ve a la injusticia como enraizada en patrones de representación, interpretación y comunicación. A esta distinción debemos sumarle otra que se relaciona con los remedios propuestos a tales visiones de la injusticia: por un lado, encontramos los remedios afirmativos,

que se refieren a procesos para corregir las condiciones desiguales de los arreglos sociales, sin perturbar el marco de comprensión que las genera, por otro, los remedios transformativos que se refieren a la corrección a través, precisamente, de la reestructuración del marco de comprensión generativo de las desigualdades (Fraser, 1995).

En cada uno de los cruces puede estar una experiencia distinta de los movimientos que se encuentren. Y como cualquier construcción típico-ideal, se trata de semejanzas y cercanías y no de encuadres perfectos. Por otro lado, es necesario comprender un elemento central: ¿Por qué nos interesa la relación entre los movimientos sociales y las redes de comunicación alternativa? Para responder a este interrogante, es necesario comprender la relación más estudiada entre los movimientos sociales y los medios de comunicación masiva. William Gamson y Gadi Wolfsfeld (1993) definen esta relación de la siguiente manera: "Cada lado de la transacción medios-movimientos es dependiente de la otra pero no asimismo equitativas. Los movimientos generalmente son mucho más dependientes de los medios que viceversa, y esta asimetría fundamental implica el gran poder del sistema de los medios en la transacción".

Las necesidades de los movimientos que caracterizan esta asimetría son: movilización, validación y ampliación del espectro. Los movimientos necesitan de estos tres elementos para llevar a cabo sus empresas y objetivos. Gran parte de la audiencia a la que los movimientos quieren llegar hace parte de las galerías de los medios de masas, pero la validación es aún más importante, porque en el contexto de la sociedad programada el hecho de que "todo el mundo esté viendo", y que se logre visibilización a través de los medios masivos, significa que se es importante, que se está haciendo historia (se está controlando la historicidad), y no se puede ser un jugador importante si no se entra a la cancha. A esto se suma que mientras más se amplíe el espectro

del conflicto en que se está inmerso mayores son las posibilidades de ser escuchado. De allí que en esta transacción todo se reduzca a una cuestión de valor y necesidad: cuánto valgo para el otro, cuánto necesito de él. Y la asimetría se completa: para poder hacer uso de los servicios de los medios masivos, el movimiento no sólo requiere convertirse en noticia, es decir, hacer algo que valga la pena para el medio -lo que en muchos casos implica asumir la lógica del espectáculo-, sino que además requiere asumir su lenguaje. Las necesidades del medio masivo, por el contrario, son la noticia y el espectáculo, y sus fuentes más prolíficas son distintas, e incluso opuestas, a los movimientos sociales. Es esta competencia por el aparecer la que determina la asimetría.

De esta discusión nos debe quedar clara una cuestión: la necesidad del movimiento por los servicios del medio masivo y, en contraposición, el poco valor que tiene el movimiento para el medio. Así pues, si asumimos esto deberíamos preguntarnos: *¿Por qué o cuál es la necesidad del movimiento por relacionarse con las redes de comunicación alternativa?* Es claro que dentro de los objetivos de movilización, validación y ampliación del espectro, y dentro de las condiciones de espectacularización de la vida cotidiana, el medio de comunicación alternativo se encuentra en una amplia desventaja respecto de audiencias, incidencia en el espacio público y uso de plataformas tecnológicas. Y a esto se suma un elemento aún más problemático. Decíamos al inicio de este ensayo que es necesario ejercitar nuestro pensamiento crítico, pues la relación entre movimientos sociales parecía demasiado simple. Ahora veamos dónde radica ese hecho. En las relaciones entre los movimientos sociales y los medios masivos (sobra decir hegemónicos) la asimetría también se comprende porque los movimientos se desenvuelven, en lo fundamental de sus prácticas ideológicas, a un nivel político y de compromiso, y los medios masivos, en cambio, se desenvuelven en

un nivel económico y de espectáculo. Esta diferencia hace que la negociación sólo se dé a nivel del lenguaje, mas no del discurso. Hay que sacrificar lenguajes, pero no discursos, no articulaciones, sólo modos de aparecer.

Mientras tanto, en las relaciones entre movimientos sociales y redes de comunicación alternativa, las transacciones caen en un campo común: la política y el compromiso integran las prácticas de cada una de la partes. Las redes de comunicación, en su carácter alternativo, apuestan también por la transformación o por alguna práctica redistributiva o de reconocimiento, por lo que las transacciones, que parecerían una simple cuestión de semejanzas, se convierten en luchas por la construcción de discursos. La articulación entre ambas, no importante tanto por sus polos, sino por su geometría de construcción discursiva, y la identidad nueva, construida a partir del discurso, evidencia los modos de dicha articulación. El pensamiento crítico, entonces, no se basa ya en comprender la negociación en niveles diferentes sino en una negociación del discurso, en la evaluación de una construcción conjunta. Como decía antes, el silencio es también un discurso, y entonces la ausencia de discurso no habla tanto de la falta de articulación como de la ignorancia de las prácticas del otro, de los obstáculos para lograr acuerdos.

Es por todo esto que adquiere tanta importancia la pregunta sobre el porqué. Cuáles son los costos de oportunidad, los beneficios, los sacrificios generales a los que se enfrenta un movimiento que busca un medio de comunicación alternativo y, dado el carácter de transformación de ambos, el otro lado es igualmente problemático, es decir, cuáles son los costos de oportunidad, ganancias y pérdidas en los que incurre una red de comunicación alternativa al abrir sus servicios a los movimientos sociales. Existen respuestas fáciles, como por ejemplo la desaprobación de los movimientos a los condicionamientos de los medios masivos, pero en ello se



esconde el hecho de que de todas formas las necesidades de los movimientos respecto de movilización, validación y ampliación del espectro de lucha no se satisfacen completamente en las redes de comunicación alternativa. Entonces, por un lado, la pregunta sería si los movimientos necesitan a los medios de comunicación alternativa y, si es así, cuáles son esas necesidades diferenciales respecto de las necesidades que los acercan a los medios masivos. Por otro, si en las redes de comunicación alternativa no se otorga valor al espectáculo y a la noticia -o por lo menos no de la forma en que lo hacen los medios masivos- cuál es entonces el valor que representa el movimiento social para su cubrimiento. Y esto pasa también por respuestas fáciles, como aquella que plantea que existe una empatía por los objetivos políticos, aunque ello esconde los criterios de selección de los actos que merecen la pena cubrirse, y las razones que determinan que se cubra un movimiento social y no otro.

Este somero modelo de análisis puede ser la base para iniciar una discusión, y procesos de investigación, acerca de los movimientos sociales y la comunicación alternativa, pero de ninguna manera pretende ser un esquema rígido, sino una invitación a ver que sin pequeñas organizaciones de escala en la información y en los conceptos no es posible hacer un análisis de la articulación entre actores. Una investigación acerca de la comunicación alternativa y los movimientos sociales debe plantearse, entonces, desde muchos lugares a la vez. Así, pues, cuando todo esto se conjuga la articulación tiene un sentido particular: en nuestro caso, la variable es evidentemente el discurso, y las dimensiones se componen tanto por las identidades que entran en la transacción, como por las condiciones mismas de dicha transacción, presentándose indicadores como niveles de organización de los movimientos, conectividad entre las redes, propuestas políticas, afinidad entre ellas, audiencias buscadas por el movimiento y aquellas a las que llega la red, etc. Todo

ello compondrá un cuadro que debe permitir identificar las topologías posibles de la articulación, pero también, y más allá de ello, identificar las necesidades y valores particulares que definen la relación entre movimientos y redes.

Y retomamos entonces la multiplicidad: el discurso, la palabra, no se disputa entre el prosista y el poeta, sino que es a una misma vez para los dos. Nos recuerda que estamos juntos en una misma lucha (los medios alternativos y los movimientos sociales), es decir, nos reconocemos en la palabra pero, a la vez, nos abstraer para reconocer las sutilezas de la negociación.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ATTON, C. *Alternative Media*, Sage Publications, London, 2002.
- BRECHT, B. "Radio as a means of communication", en Mattelart, A. y Siegelau, S. (eds.). *Communication and Class Struggle 2: Liberation, Socialism*, International General, New York, 1983.
- BELTRAN, L.R. "A Farewell to Aristotle: 'Horizontal' communication", en *Communication* N° 5, 1980.
- \_\_\_\_\_ "Research Ideologies in conflict", en *Journal of Communication* N° 25, 1975.
- BOURDIEU, P. "Symbolic Power", en *Critique of Anthropology* N° 13(14), Sage Publication, London, 1997.
- \_\_\_\_\_ *Cosas Dichas*, Gedisa, Barcelona, 1993.
- CAPRILES, O. "Venezuela ¿política de comunicación o comunicación alternativa?", en Simpson Grinberg, M. (ed.). Op. Cit.
- CASQUETTE, J. *Política, cultura y movimientos sociales*, Bakeaz, Bilbao, 1998.
- COHEN, A.P. *The symbolic construction of community*, Tavistock, London, 1985.
- ENZENSBERGER, H.M. *Consciousness Industry: on Literature, Politics and the Media*, Seabury, New York, 1974.

- ESCOBAR, A. "Imaginando un futuro: pensamiento crítico, desarrollo y movimientos sociales", en López Maya, M. (ed.). *Desarrollo y democracia en Venezuela*, Universidad Central de Venezuela, UNESCO, Nueva Sociedad, Caracas, 1991.
- FRASER, N. "From redistribution to recognition? Dilemmas of justice in a 'post-socialist' age", en *New Left Review* N° 212, julio-agosto de 1995.
- FREIRE, P. *Pedagogía del Oprimido*, Siglo XXI Editores, México, 1978.
- \_\_\_\_\_ *Extensión o Comunicación: la concientización en el mundo rural*, Ediciones Populares, Bogotá, 1972.
- GAMSON, W. y WOLFSFELD, G. "Movements and media as interacting systems", en *Annals of the American Academy of Political and Social Science* N° 528, 1993.
- GARCÍA DAUDER, S. y ROMERO BACHILLER, C.
- GRAMSCI, A. *Selections from the prison notebooks*, Lawrence & Wishart, London, 1971.
- HALL, S. "Problem of ideology: Marxism without guarantees", en Morley, D. y Kuan-Hsing, C. (eds.). *Stuart Hall: Critical dialogues in Cultural Studies*, Routledge, New York, 1996.
- HAMILTON, J. "Alternative Media: conceptual difficulties, critical possibilities", en *Journal of Communication* N° 24 (4), 2000.
- HARAWAY, D. "Las promesas de los monstruos: una política regeneradora para otros inapropiados/bles", en *Política y Sociedad* N° 30, 1999.
- HOLLANDER, E.; STAPPERS, J., y JANKOWSKI, N. "Community Media and Community Communication", en Jankowski, N. y Prenh, O. (eds.). *Community Media in the Information Age*, Hampton Press, New Jersey, 2002.
- JENKINS, C.J. "Resource mobilization theory and the study of social movements", en *Annual Review of Sociology*, Vol. 9, 1983.
- KAPLUN, M. "La comunicación participativa como praxis y como problema: la experiencia del Casete-Foro", en *Comunicação & Sociedade* N° 3, Año 1, julio de 1980.
- MARX, K. *Contribución a la Crítica de la Economía Política*, Siglo XXI Editores, México, 1990 [1857].
- MCQUAIL, D. *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage Publications, London, 1994.
- MARTINEZ TERRERO, J. "Alternative media in Latin America", en *Media Development* N° 273, 1980.
- NEWBY, H. *Community*, Open University Press, London, 1980.
- O'CONNOR, A. "People's radio in Latin America: A new assessment", en *Media Development* N° 2, 1989.
- LOZADA, F. y KUNCAR, G. "Las radios mineras, las voces del coraje", en Simpson Grinberg, M. (ed.). Op. Cit.
- SERVAES, J. *Communication for Development: One World, Multiple Cultures*, Hampton Press, New Jersey, 1999.
- OLSON, M. *The logic of collective action*, Harvard University Press, Cambridge, 1965.
- PASCUALI, A. *Comunicación y cultura de masas*, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1963.
- REYES MATTA, F. (comp.). *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y Fundación Friedrich Ebert, México, 1982.
- SIMPSON GRINBERG, M. (ed.), *Comunicación alternativa y cambio social*, Premiá Editora, México, 1986.
- TOURAINÉ, A. "An introduction to the study of social movements", en *Social research* N° 52(4), 1985.
- WILLIAMS, R. *Problems in Materialism and Culture. Selected Essays*, Verso, London, 1980.
- \_\_\_\_\_ *Culture and Society 1870-1950*, Penguin Books, London, 1961.