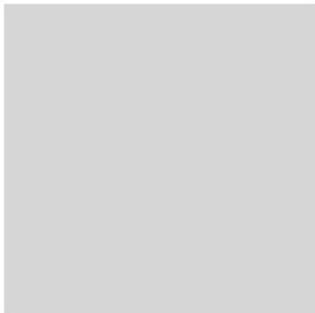


Comunicación y movimientos populares. Avances y desafíos en la construcción de poder popular

Autor(es): **López Monja, Carina**



López Monja, Carina . Integrante del Colectivo Editorial de Prensa De Frente. Militante del Frente Popular Darío Santillán.

Introducción

En la Argentina, los medios de comunicación populares, de contrainformación y alternativos tienen ya varios años de experiencia acumulada y se caracterizan por su carácter crítico al modelo de sociedad que propone el capitalismo y por su difusión de los conflictos y luchas de los trabajadores y los movimientos sociales. En este trabajo buscaremos centrarnos en la relación de estos medios de comunicación con las organizaciones populares, sus condicionamientos y sus desafíos en la construcción y disputa de sentidos. Nos detendremos brevemente en las diversas definiciones y comprensiones sobre los medios, para repensar su práctica y sus objetivos. A su vez, analizaremos limitaciones y potencialidades de los medios de comunicación popular y su aporte para dar una batalla contrahegemónica. La experiencia del portal informativo *Prensa De Frente*¹ durante los últimos siete años alimentó desde una práctica concreta las reflexiones que siguen.

Medios de comunicación ¿Populares, alternativos o contrainformativos?

Es complejo poder pensar la experiencia de los medios populares de comunicación en la Argentina –incluso la experiencia que llevamos adelante en el colectivo de comunicación *Prensa De Frente*– sin ponerla en contexto y en juego con las organizaciones populares y la situación general de las luchas y los sectores subalternos. En efecto, estos medios no nacen espontáneamente sino que están íntimamente ligados a la organización popular y a los procesos sociales y políticos nacionales que se dan desde los sectores populares. De esta forma, las conceptualizaciones sobre estos medios responden a prácticas concretas que fueron desarrollándose en los últimos años.

Enmarcándonos en las últimas décadas, varios de los medios de comunicación que se sostienen en formato web en la Argentina nacen como resistencia al neoliberalismo durante los años '90 o con posterioridad a 2001, y son parte del auge de luchas y debates que se dan a nivel nacional y que se fortalecieron tras la rebelión de diciembre de ese año. Estos medios aparecen ligados a los sentires, visiones y formas organizativas y políticas del momento y uno de sus objetivos es caminar junto con las organizaciones sociales, políticas, sindicales, estudiantiles y culturales². Retomando algunos de los conceptos y debates que recopilan Natalia Vinelli y Carlos Esperón en *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*, coincidimos en que el alcance

de términos como contransformación y alternatividad son ambiguos y que el debate más rico, en todo caso, se da en los objetivos con los que surgen esos medios, sus formas organizativas y políticas más que en su conceptualización. Quienes los definen como alternativos –lo que a partir de ahora denominaremos medios de comunicación populares– hacen referencia al objetivo de generar una herramienta de transformación en manos de la mayoría social. La investigadora argentina Margarita Graziano (1980: 71-74) se refiere a una “praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad”.

Desde esta concepción, el carácter de lo alternativo se define por su filiación hacia un proyecto de cambio radical de la sociedad que se encuentra inserto en un tiempo y espacio determinados, desde el cual se plantea una oposición al orden de cosas dominante. Esta concepción se expresa entonces en la forma en que se organiza hacia adentro ese medio de comunicación: su forma de gestión, su forma organizativa, el tipo de relación con los protagonistas, los contenidos, las formas de propiedad y de financiamiento, etcétera. Siguiendo a Vinelli (2004), se trata entonces de una concepción que es distinta en lo comunicativo porque critica de forma radical las relaciones de poder y también la forma de transmisión de signos e imposición de códigos que esas relaciones permiten vehicular.

Por su parte, el concepto de la contransformación hace énfasis en el discurso de estos medios de comunicación populares que, por un lado, dan respuesta y propuestas de intervención frente a la coyuntura política y por el otro, generan una agenda propia, invisibilizada en los medios de la burguesía. Algunos de los autores que cuestionan la noción de contransformación consideran que la tarea de transformar los mensajes de los medios masivos con una perspectiva crítica (encarándola desde una mirada puesta en los sectores subalternos) es limitada, ya que son espacios de información/difusión de pequeña escala y escasa eficacia. Según Armando Cassigoli (1989: 63-71), su poca “llegada”, en una competencia con los grandes medios, apenas constituirían un “ruido” frente al discurso dominante.

En los hechos, los medios de comunicación populares se definen desde la alternatividad, entendiéndola como parte de un proyecto radical de cambio, y sostienen un discurso contransformativo, de forma complementaria. No se trata sólo de aportar una visión diferente, con agenda propia de la situación, sino también de pensar relaciones sociales nuevas en el marco de la comunicación. En este sentido, se puede plantear que “todas las prácticas comunicacionales que se asumen como contransformativas se definen instrumentalmente en relación con un proyecto de cambio social”. (Vinelli, y Esperón 2004: 9)

Comunicación popular y contrahegemónica

Cuando hablamos de una comunicación contrahegemónica y liberadora, no nos referimos sólo a los medios de comunicación populares sino también a las propias herramientas comunicativas que van gestando las organizaciones sociales al calor de un proceso de lucha. En este sentido, la comunicación es uno de los espacios centrales de disputa cultural y de sentidos frente a un sistema que tiene monopolios y oligopolios mediáticos y ha consolidado el pensamiento hegemónico capitalista.

La otra comunicación, la nuestra, debe superar el modelo comunicativo que refuerza la dominación y aportar a los procesos de construcción de poder popular que se generan desde los sectores subalternos.

Será realmente contrahegemónica la comunicación que reivindique el valor de las historias y las culturas diversas pero interconectadas que cohabitan en este espacio y tiempo que nos acoge, que estimule el pensar, que forme la capacidad crítica para el discernimiento. No depende entonces sólo de discursos, ni de medios, es sobre todo de ética, de comprensión real del horizonte emancipador que preconizamos que no se puede reducir a quién ostenta el poder, sino sobre todo a cómo se socializa éste. (Vidal, 2009: 24)

Entendemos la idea de poder popular como una relación social, como relación de reconocimiento del otro, en clara oposición a la concepción del poder tradicional que entiende el poder como un objeto asible sujeto a la apropiación y que está en manos de las clases dominantes (Dri, 2002). Esa construcción tiene como objetivo el mutuo reconocimiento de sujetos plenamente libres e implica crear nuevas relaciones humanas, nuevas relaciones sociales, nuevas relaciones políticas.

La comunicación adquiere una importancia mayor en la construcción de nuevos sentidos, identidades, visiones, y debe aportar no sólo en el ámbito de "la información" sino también de la cultura, en la educación de los procesos emancipatorios. La afirmación de que "son herramientas de construcción de poder" implica que una de sus tareas principales está al servicio de los movimientos sociales como difusores de las construcciones de sectores subalternos. De hecho, el origen de las experiencias de comunicación popular está relacionado con potenciar la voz de los sectores populares, romper el cerco informativo y el secuestro de la información ejercido por las corporaciones mediáticas, con difundir luchas y dinamizar corrientes de solidaridad en el país y a nivel planetario. Pero al mismo tiempo son comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, y establecen relaciones que pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria (Kaplún, 2004).

La comunicación como práctica que prefigure la sociedad que queremos

Así como los movimientos sociales se plantean la necesidad de ir construyendo en la prácticas cotidiana las acciones que prefiguren el socialismo, con nuevos valores de solidaridad, justicia e igualdad, tratando de construir relaciones no burocratizadas, los medios de comunicación populares deben organizarse en su interior de la misma manera.

Al generar prácticas que anticipen la sociedad que queremos, no podemos realizar medios de comunicación en espejo a los masivos pero con "nuestros contenidos". Los valores con los que construimos, el cómo encaramos esa práctica comunicativa, no es solamente un medio, sino que son también parte del fin, es parte de "lo importante". Más aún, sin esta construcción cotidiana no hay fin posible, no hay cambio social posible.

La comunicación como proceso participativo y liberador

Por muy buenas intenciones que tengan, los comunicadores y las comunicadoras están (estamos) atravesados por el modelo capitalista y por ende somos portadores inconscientes de los modelos de dominación que se expresan en el ámbito comunicativo. Cambiar este modelo implica cambiarnos a nosotros mismos. De lo que se trata es de desechar el modelo transmisivo y autoritario de comunicación y cambiarlo por uno que tenga como objetivo la construcción de significados colectivos. Siguiendo a Vidal (2004), no es suficiente exponer ideas y reflexiones, por muy justas que puedan ser, sino que se debe fomentar la participación genuina, que es la generadora de conciencia, de poder de sentido crítico.

Lo que decide el proceso comunicacional y la posibilidad de generar procesos educativos liberadores es entonces la identificación, la empatía, la posibilidad de construir una identidad colectiva considerando, como señala Miguel Mazzeo (2004:54), que "sólo la participación consciente y democrática podrá garantizar que las fuerzas populares que asuman el proyecto de transformación social tengan en algún momento chances de vencer".

La comunicación como disputa de sentidos

El periodismo popular hecho por comunicadores y comunicadoras comprometidos debe ir de la mano de un proyecto político y aportar a la construcción y crecimiento de las fuerzas populares, ya que no podrá existir ni avanzar como proceso comunicativo si no acompaña procesos de lucha.

Los medios de comunicación populares son constructores de sentido en un complejo proceso, en donde articulan pequeñas y lejanas experiencias para ir conformando una cosmovisión, donde la comunidad de la comunicación va generando un proceso de liberación. Esta nueva construcción de sentido es aportada por los análisis de la situación política elaborados por movimientos sociales o individuos particulares y con el enriquecimiento de los debates colectivos, que se oponen al discurso único, que proponen valores nuevos y procuran ir generando una contrahegemonía. La relación de los medios, entonces, está atada fuertemente a la construcción y el trabajo de los movimientos sociales y, en este sentido, a la construcción de poder popular.

La comunicación como diálogo

En efecto, concebir la comunicación desde una perspectiva no instrumental, en donde se haga efectivo el fluir de la comunicación y se vayan construyendo saberes comunes, forma parte de una batalla contrahegemónica. Se trata de generar políticas desde los sectores subalternos que enfrenten, disputen y construyan otra representación del mundo, radicalmente antagónica de la representación del mundo hegemónica, pero, a la vez, centralmente dialógica con otras representaciones, en diálogo con otras tradiciones política, con otras experiencias, con otras formas de ver el mundo.

Al decir de Tamara Roselló y José R. Vidal:

Una comunicación dialógica es la que posibilita una verdadera participación popular y con ella un real sentido de pertenencia y compromiso con las luchas. Asumir esta

perspectiva no significa abandonar los recursos de información sino enriquecer con aportes diversos que permitan construir visiones que fortalecen la cohesión. En ese diálogo fraterno que debate, que comparte, que refuta y coincide en una lectura política podemos aprender a caminar juntos, como decía Freire, “convivir con el diferente para juntos luchar contra el antagónico”. (Roselló y Vidal, 2011: 21)

Un modelo comunicativo que prioriza el diálogo quiebra el modelo autoritario por el cual los mensajes son dirigidos a una “masa” que debe incorporarlos. Se trata de “compartir y comprender los sentidos con los que intentamos nuestras transformaciones. Comprender y comprendernos. Y para ello comunicarnos y comunicar”. (Korol, 2007: 26)

En este sentido, en los medios de comunicación populares no hay un emisor y un receptor fijos y estructurados, sino que hay movimiento, hay elaboración colectiva, hay información de ambos lados y el emisor y el receptor pueden cambiar de roles. De esta forma, se insertan en la construcción de poder popular a partir de sus propias prácticas y como articuladores de realidades y prácticas que los trascienden y que ellos, en la comunicación, hacen circular.

La comunicación y la pedagogía popular

La comunicación y la educación popular no pueden escindirse. En efecto, desde los movimientos sociales que van creando sus propias herramientas de comunicación, aparece esta concepción de educación popular que explicita nuevas formas de relacionarse en un proceso colectivo de conocimiento, en donde se intenta crear fuertes lazos entre lo que se dice y lo que se hace. La pedagogía popular concibe a la comunicación como un momento fundante de la praxis transformadora, en donde la “posibilidad de cuestionar y cuestionarnos nuestras propias afirmaciones, de tratar de descubrir cuántas huellas de la cultura hegemónica pueden estar marcando nuestras creencias, es una manera de disponernos a poner nuestros cuerpos en el juego de la transformación”. (Korol, 2007: 27)

De hecho, en el caso de las radios y televisoras comunitarias, los grupos de comunicación barriales y otros colectivos o grupos que enmarcan la comunicación a nivel territorial no sólo es fundamental la herramienta comunicativa para lograr un diálogo con la comunidad, sino que adquiere un valor incalculable el proceso participativo en la misma producción comunicativa. Si hablamos de una pequeña radio comunitaria, con poca potencia y, en consecuencia, con una llegada a pocas cuadras a la redonda de donde está ubicada, entendemos que no sólo es importante la herramienta para denunciar, dialogar y difundir, sino que es central el aporte en la construcción de poder popular y en los procesos educativos que puede hacer.

Nuestra experiencia: el colectivo de comunicación popular *Prensa De Frente*

Prensa de Frente nació en el 2004, como una iniciativa de integrantes del Frente Darío Santillán de conformar una herramienta de comunicación popular con el objetivo de aportar a la difusión de noticias sobre las acciones, las palabras y los pensamientos de los movimientos sociales en lucha. En aquel año veíamos con preocupación creciente que la realidad de los movimientos sociales (desocupados, campesinos, sindicales, estudiantiles) aparecía cada vez menos en los

medios masivos de comunicación y con una óptica recortada, funcional a los intereses de las grandes empresas de comunicación.

De allí surgió la necesidad de impulsar una herramienta en donde se expresaran las luchas y reflexiones de los movimientos sociales y que estuvieran ligados a los intereses de los sectores populares. Los primeros objetivos, en aquel entonces, eran lograr las “fisuras” en los medios de comunicación de la burguesía para poder expresar nuestra voz, al tiempo que comenzamos a plantearnos la necesidad de “contrainformación”, de generar nuestra propia agenda, de construir otra realidad informativa y comunicacional. Desde sus inicios visualizamos la necesidad de construir una herramienta comunicativa que expresara no sólo a una organización o a un sector, sino a los “movimientos populares por el cambio social”, entendiendo dar cuenta de luchas y análisis de la realidad social y política del país, desde el punto de vista de quienes la resisten y buscan alternativas para el cambio. De esta manera se sumaron al proyecto integrantes de diversas organizaciones y también quienes no provenían de movimientos sociales pero querían comprometerse con el proyecto.

Producto de las reflexiones colectivas, entendimos que nuestro colectivo de comunicación debía aportar humildemente a la construcción de poder popular, entendiéndolo como una herramienta más, insuficiente y a superar, de los procesos de lucha de nuestro pueblo. En este sentido, decíamos en 2004: “*Prensa De Frente* es parte –así nos lo proponemos– del proceso de recomposición de un pueblo que necesita seguir organizándose, profundizando instancias de unidad, y generando, también, sus propios canales de comunicación e información que expresen sus verdades y sus intereses”.

El proceso de entender, como colectivo de comunicación, que no se trataba sólo de generar un discurso contrainformativo sino que además implicaba dialogar, debatir, ir construyendo subjetividades comunes y llevar eso a la práctica implicó más tiempo y, desde ya, se constituyó en una experiencia cotidiana de práctica y reflexión sobre la propia práctica para retomar la praxis.

Tal vez una de las experiencias más integrales que generamos como colectivo fue la creación del que denominamos “Diario del Juicio, Masacre de Avellaneda”, un portal en internet que buscó dar cuenta en múltiples planos comunicativos del juicio a los policías que mataron a Darío Santillán y Maximiliano Kosteki en 2002 y que fueron juzgados en los Tribunales de Lomas de Zamora, y, al mismo tiempo, denunciar a los responsables políticos de la represión desatada desde el gobierno nacional aquel 26 de junio.

Desde ese portal, que era actualizado todos los días con cada una de las audiencias judiciales, se logró colar algunas informaciones en las “fisuras” de los medios de la burguesía, gracias a la relación con periodistas honestos que estaban a cargo de la cobertura, y se logró dar a conocer en la militancia de las organizaciones sociales las luchas que se llevaron adelante, un acampe de mes y medio frente a los tribunales, escraches, movilizaciones, etcétera. Lo interesante fue lograr superar esos objetivos y convertirlo en un espacio en donde se mezclaba el arte, la experiencia personal, la información y la convocatoria a la lucha. Poesías de compañeras que habían estado militando en el día a día con Darío, la carta de una trabajadora del tribunal que se solidarizaba con la lucha, las pruebas balísticas de la causa y el trabajo de diversos fotógrafos populares se amalgamaban en el portal dialogando, reclamando justicia, expresando la lucha.

Hoy, *Prensa De Frente* lleva siete años de construcción y, así como tiene una experiencia de construcción acumulada, tiene innumerables desafíos por delante. Así como ha logrado consolidar un boletín de noticias semanal que llega a más de cuarenta mil personas, ha comenzado a incursionar en las nuevas tecnologías (redes sociales, los videos, trabajo en multimedia) y ha comenzado un sólido camino de articulación con otros medios de comunicación popular del país y de América Latina, aún hay mucho que falta por delante.

Desafíos

Desde la perspectiva de *Prensa De Frente* y en diálogo con otros medios de comunicación popular nacionales y latinoamericanos, entendemos que las herramientas de comunicación popular que supimos construir desde el campo popular en su conjunto son fundamentales como aporte a la construcción de poder popular y a los procesos por abajo y a la izquierda. Sin embargo, queda mucho por hacer. Todavía no tenemos los medios de comunicación populares que sean a la vez organizadores y vehículos de formación, de concientización, diálogo y movilización de nuestro pueblo.

La concepción instrumental de la comunicación y la reproducción, por momentos, de un modelo comunicativo dominante de difusión de contenidos unilateralmente concebidos, es algo que nos atraviesa y que tiene que estar presente de forma crítica en todas nuestras prácticas comunicativas, para no reproducir aquello que combatimos.

Otro de los desafíos que tenemos como medios de comunicación populares es superar nuestras herramientas individuales para generar experiencias colectivas que aporten a un proceso de unidad de los sectores subalternos y que pueda enriquecer el diálogo entre tradiciones y experiencias diversas. Si bien hay múltiples procesos de decooperación e intercambio, es necesario lograr avances más concretos que permitan ir prefigurando la comunicación que queremos en una nueva sociedad. En este sentido, una de las tareas pendientes que tenemos los medios de comunicación en la Argentina es la de construir medios masivos populares, antagónicos, radicales, que interpelen al conjunto de la sociedad y dialoguen a su vez con ella. La interacción de proyectos de comunicación populares es fundamental para dar una batalla cultural y de disputa al pensamiento hegemónico. Desde ya, consideramos que esta no es una tarea voluntarista, sino que debe tener correlato en los procesos de organización, articulación y unidad de los movimientos sociales.

Finalmente, es central volcar esfuerzos a la articulación por abajo entre las experiencias de resistencia antiimperialista y de construcción del socialismo en nuestra América. En los últimos años iniciamos un camino colectivo de reflexiones, intercambios y construcción de algunas herramientas conjuntas que nos potencian. Será tarea colectiva unir aún más los esfuerzos para avanzar colectivamente y en la diversidad de nuestros procesos sociales y políticos, aprovechando los aprendizajes de los pueblos hermanos en una construcción común. Queda mucho por delante. Siguiendo a Cheito Vidal, afirmamos que

No hay modelos puros, ni cartillas o manuales que nos digan cómo hacer, pero sí un camino que es el de asumir las esencias emancipadoras de la comunicación que

propicia el diálogo, la participación, la emergencia de pensamiento crítico desde la reflexión sobre nuestras prácticas. (Vidal, 2009: 26)

Bibliografía

- Barrios, Javier / Urdaneta, Belkis, "*Desenredando los nudos del silencio*". En: *Comunicación* 119 (julio-septiembre de 2002), págs. 26-31.
- Cassigoli Perea, Armando, "Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos". En: Simpson Grinberg, Máximo, *Comunicación alternativa y cambio social*. Premiá: México, 1989, págs. 63-71.
- Dri, Rubén, "Debate sobre el poder en el movimiento popular". En: *El Brote Insurgente* (diciembre de 2002).
- Graziano, M., "Para una definición alternativa de la comunicación". En: *Anuario ininco* 1 (1980), págs. 71-74.
- Kaplún, Mario, *Las redes de comunicación popular en Venezuela*. Fundación Gerencia Social: Caracas, 2004.
- Korol, Claudia, "La pedagogía popular de la comunicación". En: *América Latina en Movimiento* 426 (2007), págs. 24-28.
- Mazzeo, Miguel, *Piqueteros. Notas para una tipología*. Fisyp / Manuel Suárez Editor (Colección de ensayos "Pensamiento libre"): Buenos Aires, 2004.
- Prensa De Frente, "El rol de los medios de contrainformación en el esclarecimiento de la Masacre de Avellaneda". En: *Extramuros* II/IV (2006).
- Roselló, T. / Vidal, José R., *Cuadernillo del Taller de Comunicación de los Movimientos Sociales hacia el ALBA*.
- Vidal, José R., "Comunicación y cultura: Notas para un debate". En: *América Latina en Movimiento* 449 (2009), págs. 24-25.
- , *Comunicación y educación Popular*. Editorial Caminos: La Habana, 2004.
- Vinelli, N. / Rodríguez, C., "Desarmando espejismos". En: – y Rodríguez, C., *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*. Ediciones Continente: Buenos Aires, 2004.
- , "www.masacredeavellaneda.org: Usos alternativos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación", en <http://www.prensadefrente.org/pdfb2/index.php/new/2006/03/06/p1118>; consultado el 1/6/2011.

Artículo enviado especialmente por la autora para este número de *Herramienta*.

1 "Prensa De Frente, Noticias de los movimientos populares por el cambio social". www.prensadefrente.org , En la web desde abril de 2004. En la actualidad concentra un promedio de 13.000 páginas visitadas por día (<http://www.prensadefrente.org/webalizer/>)

2 Para dar sólo algunos ejemplos de medios de comunicación popular cuyo principal soporte es en internet, el colectivo *Anred* nació en 1995, el colectivo *Red Eco* nació en 1998, la *Agencia Walsh* en 1999, *Indymedia Argentina* en el 2001 y el colectivo *Prensa De Frente* en 2004.