
COMUNICACION Y PLURALISMO:

Alternativas para la década

I. CONSENSO DEL SEMINARIO

Por invitación del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, a través de sus proyectos de comunicación y desarrollo, especialmente del Programa ALTERCOM, se reunieron entre el 22 y 26 de noviembre de 1982 un grupo representativo de comunicadores, dirigentes de organismos sociales de base, de entidades políticas y animación cultural popular, provenientes de distintos países de América Latina. La convocatoria dio forma al Seminario Latinoamericano "Comunicación y Pluralismo: alternativas para la década", que contó con el auspicio de la Fundación Friedrich Ebert.

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

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

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

3.- La diversidad, a la vez que la riqueza de estas prácticas, todavía dificulta hablar de un modelo de comunicación alternativa. Esta, más bien, debe ser entendida como un proceso animado por la acción de los comunicadores

que, a partir de una opción definida dentro del espacio de los conflictos sociales, emerge como espiral, desde el polo nacional popular, conformando respuestas diversas ante las formas dominantes creadas por el capitalismo en su fase transnacional. Ello remite a confrontar opresiones tanto nacionales como internacionales que sofocan el desarrollo plenamente democrático de amplias mayorías latinoamericanas.

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

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

- a) Los partidos políticos adscritos al amplio espacio del movimiento popular, presentes a través de sus propuestas y acciones;
- b) las organizaciones sociales como los sindicatos, iglesias, juventudes, mujeres, organizaciones poblaciones, indigenistas, de animación cultural, y otras, que en forma autogestionaria y autónoma les cabe construir su perfil contestatario;
- c) los propios medios de comunicación alternativa, concebidos como espacios de síntesis, articulación y propuestas dentro del quehacer popular y sus búsquedas.

6.- En cada una de las instancias mencionadas la presencia de mediadores (profesionales, periodistas, técnicos,

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

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

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

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

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

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

10.- El discurso de la comunicación alternativa vigente no siempre coincide con las necesidades y aspiraciones mencionadas. Pero, el análisis del seminario señala que el camino está abierto. Se hace necesario fortalecer las relaciones entre las diversas formas de comunicación alternativa, de sus actores sociales y sus experiencias cotidianas. Este encuentro, organizado por el ILET, es reconocido por todos los participantes como un importante hito en este sentido, y dentro de ese marco se plantean una serie de proposiciones para la acción.

II PROPUESTAS DE ACCION

El trabajo para las propuestas de acción se realizó en dos grupos de trabajo. El Grupo A estuvo dedicado específicamente a analizar la situación de la prensa alternativa en el continente. El Grupo B analizó las perspectivas de usos alternativos de los medios electrónicos y nuevas tecnologías vigentes. Los informes y propuestas aprobadas en el Seminario se describen a continuación.

A. Sobre prensa alternativa, su expansión y coordinación

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

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

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

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

2.- Promover en todos los países del continente la organización de encuentros y seminarios nacionales y regionales que difundan los propósitos de la Asociación y analicen

la situación de los medios alternativos en la región y el tratamiento de los problemas que enfrentan en su desarrollo, buscando la creación de filiales nacionales de dicha Asociación.

3.- Recomendar a ALTERCOM junto a otras instituciones presentes en el seminario la organización de un convenio de corresponsalías al cual los diversos medios de comunicación alternativa de América Latina puedan recurrir para solicitar artículos específicos sobre diversas problemáticas de su interés. Además, se propone que ALTERCOM circule a través de este servicio, artículos específicos que los diversos medios de comunicación afiliados tengan interés de difundir en el continente, tanto en la prensa alternativa como en la gran prensa del sistema.

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

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

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

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

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

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

B. Sobre usos alternativos de las tecnologías de comunicación

1. Se estimó pertinente registrar las siguientes constataciones:

a) La capacidad de las organizaciones y sectores populares para seleccionar y adaptar las tecnologías de la comu-

nicación a sus necesidades de comunicación, se desarrolla dentro de distintas situaciones en América Latina. Los factores estructurales de invertebración física, comunicacional así como de altos índices de analfabetismo, capacidad adquisitiva y otros han sido determinantes para la incorporación de tecnologías relativamente nuevas, como el caso de la radio.

b) Las condiciones socio-culturales, en general, han demostrado que el medio impreso, no es suficiente para cubrir las necesidades y expectativas de los sectores populares en América Latina. La realidad misma impone otros medios y formas de comunicarse y surgen medios, como la radio, los audio-visuales, el cine o el video que presenta características idóneas para abarcar y comunicar sus realidades.

c) Existen medios, centros de producción y documentación en los distintos países y en el conjunto de América Latina, que pese a estar funcionando en base a nuevos criterios de comunicación popular y prácticas comunicacionales alternativas, lo hacen aislados de otros sectores sociales y movimientos de otros países. Sus experiencias técnicas y de producción no son compartidas.

d) En relación a los mediadores, dentro de su tarea de promover una efectiva participación y acceso, se estima que éstos deben restringir su accionar para situarse como "iniciadores" en el manejo de la tecnología, dejando a cargo de los principales interesados en gran medida la formulación y el lenguaje de los mensajes.

Para ello, es necesario entre otras acciones una capacitación que vincule los conocimientos técnicos con la formación integral de los trabajadores, mediante publicaciones o mensajes que desmitifiquen los medios y la tecnología para hacerla accesible a quienes han sido marginados por la comunicación dominante.

En tal sentido, los sistemas de educación presentan un vacío en la materia: es necesario familiarizar a los educandos en el manejo y el contenido (decodificación crítica) de los medios y las formas de producción vigentes en estos. Es importante que ese vacío puede ser cubierto en los cursos de capacitación a los maestros, para que incluyan en sus programas este tipo de contenidos educativos.

e) En materia de tecnologías avanzadas, especialmente en el marco del futuro inmediato de las telecomunicaciones, se estimó que si bien el panorama sobre el uso y el acceso de estos servicios se presenta como no excluyente para nadie, los costos de esta tecnología, así como el "software", revisten por ahora, serias limitaciones para los sectores y países económicamente postergados.

Es necesario una concientización y sensibilización a nivel de pueblos y gobiernos sobre la importancia de un uso y selección de dichas tecnologías acorde con sus verdaderas necesidades, así como la necesidad de una opción democrática en el uso del espectro electromagnético y el espacio exterior, actualmente explotados por y para países y sectores privilegiados. En esta tarea las diversas formas de comunicación alternativa tienen un importante papel que cumplir.

En una visión amplia el llamado Nuevo Orden Mun-

dial de la Información y la Comunicación, NOMIC, debe ser entendido como la propuesta alternativa que busca la democratización, a nivel internacional y nacional de las comunicaciones y las tecnologías necesarias a ellas.

Dentro de ese criterio el Seminario hace un llamado de atención sobre el carácter que debe tener el Año Mundial de las Comunicaciones, para que éste no se constituya en una simple "fiesta tecnológica" en favor de grandes centros de poder y corporaciones transnacionales, sino en la oportunidad de reflexiones y decisiones democráticas sobre este campo en creciente expansión. Ello es particularmente importante en la realidad latinoamericana.

2.- En relación con todo lo anterior, se plantean las siguientes recomendaciones generales:

- a) Creación de centros de recursos y producción. Se plantea como urgente que las entidades presentes y otras promuevan la creación de centros que provean de los recursos y la infraestructura tecnológica accesible a varios grupos y organizaciones a nivel regional y nacional. En virtud del costo de los equipos de producción de mensajes, estos centros contribuirán a la superación de este obstáculo así como también podrán ser puntos de distribución y capacitación.
- b) Creación de redes de distribución. El estudio, promoción y organización de redes de carácter sectorial, nacional y latinoamericano, se estima requisito fundamental en el ámbito de la comunicación alternativa. Así el intercambio de programas radiofónicos, datos sistematizados, producción en video y films de distintos formatos —entre otros— podrán configurar una creciente red mayor "Inter-Medios", que supere las limitaciones y aislamientos de las experiencias alternativas registradas en nuestros países.

3.- Dentro de la necesidad de poder establecer acuerdos viables sobre la base de esfuerzos existentes, se hacen las siguientes investigaciones operativas.

- i) Que el programa ALTERCOM del ILET impulse un sistema de información e intercambio de documentales, programas y expresiones de video—popular dentro de las actividades y proyectos que ha puesto en marcha en América Latina. Igualmente que active la celebración de un encuentro donde se presenten los diversos trabajos existentes en este campo y se discutan las perspectivas populares de esta forma de comunicación.
- ii) Que el Centro de Telecomunicaciones para el Tercer Mundo (CETTEM) constituya un punto permanente de referencia dentro de las actividades que surgan para llenar las necesidades de conocimientos, selección y uso de las tecnologías de la comunicación, así como la defensa de un uso democrático del espacio aéreo comunicacional.
- iii) Que se respalde el trabajo realizado por la Asociación Católica Latinoamericana de Radio y Televisión (UNDA—AL) a través de las actividades del Sistema Educativo Radiofónico para la América Latina

| SUSCRIPCIONES (incluido flete aéreo) | ANUAL (6 números) | BIENAL (12 números) |
|--|----------------------|------------------------|
| EE.UU./Asia/Europa | US\$ 25.00 | US\$ 45.00 |
| Argentina/Brasil/ Colombia/Ecuador/ México | US\$ 20.00 | US\$ 35.00 |
| Venezuela | Bs. 110.00 | Bs. 200.00 |
| Resto del Mundo | US\$ 15.00 | US\$ 25.00 |

PAGOS: Cheques en dólares a nombre de NUEVA SOCIEDAD.
Apartado 61712 - Chacao - Caracas 1060-A
VENEZUELA.

(SERPAL) para la educación por series radioteatralizadas, ya que está en condiciones de asumir la tarea de centro de distribución de esos y otros mensajes radiofónicos a nivel latinoamericano y en este sentido, recoge con entusiasmo la oferta que ha presentado el representante de UNDA—AL en este sentido.

- iv) Que se difundan y promuevan las actividades del programa ALTERCOM para la comunicación alternativa de la mujer, donde se ha estudiado la creación de un sistema de intercambio de programas radiales entre algunas emisoras latinoamericanas, servicio el cual se agregará a la distribución de recortes e información de interés para las mujeres y, por tanto, vinculará a diversas organizaciones y prácticas comunicacionales de las mujeres dando mayor amplitud a su quehacer.
- v) Que se siga con especial atención la experiencia de IBASE en materia de creación de banco de datos y el uso de éstos por sindicatos, iglesias y organizaciones del movimiento popular; la difusión de sus técnicas y tecnologías puede ser de gran utilidad a otras organizaciones en América Latina, a la vez que ilustrar, sobre los rescates alternativos posibles en relación con los nuevos recursos de procesamiento de información y datos.

México D.F., 22—26 de Noviembre de 1982

