

A comunicación alternativa nos procesos de construción da cidadanía

Luis Álvarez Pousa¹

Atopámonos nunha etapa de transición, forzada por diversos factores: a ampliación e competencia dos mercados que alimentan os movementos globalizadores; as novas tecnoloxías que poden facilitar ese proceso e por conseguinte tamén un progresivo aumento das desigualdades no mundo; unha profunda crise política ó quedaren sometidos os gobernantes e os mesmos sistemas democráticos ós poucos que controlan desde os altos despachos da economía e das finanzas os movementos de capitais e diñeiro, saltando por enriba de gobernos e fronteiras; a falta de credibilidade gañada a pulso polos medios de comunicación que asumen esa mesma dinámica discriminatoria e mercantil; as esixencias que por mor de todo iso plantea a sociedade civil.

Faise evidente, nestas circunstancias, a necesidade de construír unha alianza entre os medios de comunicación e a sociedade civil. Contribuiría decisivamente a implementar un sistema cotiá e democrático de relación entre os diferentes compoñentes da sociedade, no que o sentido real teña que ver coa vixencia dos dereitos plenos dos cidadáns e cidadanas. Para iso é imprescindible que os medios se reubiquen no espazo do público, abríndose á coparticipación nos procesos de produción informativa de todos os sectores sociais, sen excepcións e sen consensos previos que desvirtúen os contidos e consecuentemente as verdades comunicadas, e de paso recuperen a credibilidade perdida.

Este proceso tería daquela unha dobre dinámica: atender os requerimentos da sociedade civil para que teña maior impacto a través dos medios, mellorando a súa relación con eles e a comunicación entre as organizacións que a compoñen; e en segundo lugar, que a sociedade civil atenda á súa vez os requerimentos que os medios de comunicación lle plantean en canto a tempos, formatos e códigos comunicativos. Nesa

dirección, tanto os medios como as organizacións civís acoplarían as súas respectivas dinámicas ó potencial que ofrece unha sociedade organizada en redes. Se afortalan esa relación-alianza en base á interacción mútua, o resultado será o entrelazamento das redes sociais para coñecer que e como facer algo respecto dos problemas que xurdan en cada momento, e tamén respecto dos novos proxectos e iniciativas que xurdan para solucionarlos.

Aínda no suposto de que os medios de comunicación deran esa viraxe, dando pé a unha dinámica democratizadora de largo alcance, a sociedade civil e de maneira máis específica cantos dentro dela compoñen ou forman parte do denominado terceiro sector, non deberan desperdiciar as oportunidades que a converxencia tecnolóxica facilita no ámbito da comunicación. Porque é así como reforzaría moito máis a capacidade das organizacións civís para autoorganizarse e interrelacionarse entre elas, ó tempo que multiplicarían o seu caudal informativo como fontes específicas e directas das que se servisen os medios de comunicación habituais, para que os procesos de produción informativa cumprisen cos obxectivos da veracidade e do pluralismo, o que comporta de facto a súa democratización.

Non se trataría, pois, de que a sociedade civil ou as organizacións civís con vontade e autonomía para iso reproduzan os vellos modelos de comunicación, tan xerarquizados e verticalizados, que están así a mercede das lóxicas que imperan nos mercados da información. Trataríase, pola contra, de crearen o seu propio modelo de comunicación alternativa, capaz de producir os seus propios contidos á marxe das axendas titorizadas ou directamente controladas polos axentes que actúan en nome dos poderes establecidos. Incidirían igualmente desde esa plataforma cívico-comunicativa, en tanto que fontes de información organizadas e fiabeis, nos

procesos de democratización ós que están obrigados todos os medios por selo.

Comunicación alternativa versus comunicación autoritaria

Precísase antes de nada aclarar que é o que se entende por *comunicación alternativa*. Despois veremos a través de que tipo de recursos a poden poñer en marcha as organizacións civís que teñen ese empeño. O concepto non é recente. Comezou a ser utilizado nos anos 70 do pasado século. Enténdemolo primeiramente por oposición ó de *comunicación autoritaria*, tal e como o sintetiza Luz Zareth Moreno², que concreta as diferencias respecto do emisor, receptor, mensaxe, canal e código. Así: A) Mentres na autoritaria a elaboración do produto está en mans dos especialistas, na alternativa pode non estar nesas mans, remitindo a situacións concretas que interesan ó grupo. B) Na autoritaria a mensaxe contén un mínimo de información, é repetitiva, redundante, califica os datos, non hai orixinalidade, crea e reproduce estereotipos. Pola contra, na alternativa a mensaxe abandona as frases feitas, os lugares comúns e vencéllase coa realidade dos participantes. C) O código é imposto na autoritaria. Na alternativa, en cambio, o código é proposto. D) A difusión é monopólica na autoritaria, na alternativa pertence a todos. E) Na autoritaria o proceso de recepción é limitado, predeterminada, acrítica, e acepta o que é conveniente para a clase dominante. En cambio, na alternativa o proceso de recepción é compartido, xera intercambio, hai unha conciencia e non só existe unha oferta.

O alternativo, como deduce a citada autora, é “como un camiño que posibilita procesos de comunicación non lineais, serve para explicar tamén as relacións sociais alternativas a partir das cales o sentido do circuito da comunicación e os seus elementos fan plausible a participación do ser humano en sociedade”. En todo caso, é preciso aclarar que a comunicación alternativa non se explica sen máis desde a sociedade en abstracto, senón a partir das relacións sociais alternativas. Polo mesmo, sobreenténdese que a comunicación alternativa é factíbel independentemente dos medios e das fórmulas

que se utilicen. Mesmo se podería facer, sempre e cando se cumpran determinadas condicións, a través dos tradicionais medios de masas.

O medio non é o alternativo, ou cando menos non o é necesariamente, senón que é o instrumento dunha opción de comunicación alternativa que promove un grupo de persoas, de colectivos ou un determinado sector social, co obxectivo de modificar dalgunha maneira o sentido da realidade, cuestionar o *statu quo*, e ostentar unha diferenza cualitativa respecto dos produtos que unicamente posúen unha finalidade mercantil e/ou de entretemento banal. De calquera maneira, non todos os medios ofrecen as mesmas posibilidades. Posto que, tal como queda dito, a alternancia radica no tipo de relacións sociais que se establezan en e entre os grupos que a promoven, será conveniente utilizar como instrumento o medio de comunicación que máis e mellor as facilite.

Os medios tradicionais, entrampados

Partimos, por outro parte, de que a natureza social dos medios de comunicación está actualmente moi determinada por un forte contexto económico e político, que condicionou hermeticamente o seu uso social por outros sectores máis amplos que non sexan os propietarios ou representantes do capital interno e, no seu caso, transnacional no país. O medio televisivo é o que máis sometido quedou a esa dinámica discriminatoria. Malia que aparentemente non sexa así, por mor de que é o medio no que as masas ou os públicos teñen unha maior e máis habitual presenza. Sen embargo, o que sí se ten experimentado é que ten presentes aos públicos, pero como figurantes, ou ben como carnaza para os millóns de consumidores-tipo. Dificilmente o son para expoñeren colectivamente as súas necesidades.

Fóra dos *reality show*, ou espazos nos que a ficción se apodera da verdade dos personaxes de non ficción ata desnaturaliza en función unicamente do incremento da audiencia, e en función tamén da conseguinte rendabilidade económica que iso comporta, non hai espazos destinados a colectivos –

productores agropecuarios, asociacións de afectados polas políticas públicas, estudantes, organizacións non gubernamentais, coordinadoras para a defensa do medio natural ou dos dereitos cívicos conculcados por leis inxustas..., entre outros – que quixeran aproveitar para dar conta dos seus problemas e demandas. Nin sequera nas televisións de titularidade pública, que deberían ser a alternativa ás emisoras privadas, que teñen uns obxectivos máis comerciais.

¿E Internet? Por de pronto, é o soporte que permite a interrelación entre receptores, posibilidade moi limitada nos medios de comunicación tradicionais – as *cartas dos lectores* na prensa escrita, as tertulias radiofónicas na radio e os concursos na televisión –. A existencia de *comunidades virtuais*³, entendidas como “os espazos de comunicación interactiva en tempo real, nos que a audiencia se converte en emisora e receptora ó mesmo tempo”⁴, ratifica na práctica ese seu potencial. Se o movemento altermundialista (os popularmente coñecidos por anti-globalización) tivo e segue a ter unha grande capacidade de convocatoria, débese en boa medida a que se serve da rede de redes para entrecruzar as mensaxes, e conseguir así a resposta simultánea e global dun sin número de grupos que teñen en común o opoñérense á globalización dos poderosos. Internet é para eles un aliado importante desde as manifestacións de Génova en Italia e de Seattle en EE.UU. Na conferencia de Porto Alegre ratificaron os anti-globalización a necesidade de expandir á contra a globalización simbólica plural na que estean representadas todas as culturas, e non só as máis poderosas e imperiosas, para o que se precisa unha verdadeira “democratización das comunicacións e dos medios”.

E en paralelo, xurden en Internet novos modelos de comunicación, portais verticais principalmente, para interrelacionar ideas e proxectos: Indymedia, Observatorio Global, Nodo50, Acción Internacional de Estudiantes, Plataforma Virtual Red de Contrainformación UE 2002, entre outros.

Por outra parte, Internet permite – cando menos, polo de agora – o que a principios do século XX consideraba Robert Dahl que eran as dúas institucións básicas dun sistema democrático: a *liberdade de expresión* á que

teñen dereito os cidadáns, e a *variedade de fontes de información* ou o dereito dos cidadáns a dispoñeren de diversas fontes ás que recurriren para contrastalas, e en base a iso conseguir interpretar amplamente a realidade que os envolve. Falta saber se, ademais, pode ser útil para facer operativas as funcións que se lle demandan ós medios de hoxe en día: a) producir información ó servizo da verdade e do pluralismo, así como producir cultura, educación e canto poida contribuir á formación dunha cultura cívica; b) supervisar e vixiar a xestión e organización do poder público; c) servir ó interese público dos cidadáns; d) difundir esa información facéndoa atractiva para a audiencia. En definitiva, se é un instrumento que facilita a creación de espazo público no que os cidadáns deliberan para despois tomar iniciativas sociais e actuar.

Cando menos, representa unha outra opción mediática que o movemento social e cívico pode utilizar para materializar os seus proxectos de comunicación alternativa. Coa certeza de que, tal e como subliñan Mattelart e Piemme, “...unha práctica alternativa da comunicación ten a tarefa de realizar a dialéctica do particular e do universal, garantindo ó mesmo tempo a presenza e o debate dos diferentes grupos ou movementos”, e que “vencellar estes eslabóns entre si é o único camiño para concretar a cadea do sentido entre o que lle afecta a cada quen e o que afecta a todos”⁵. Porque aparte de ser a rede da globalización, podendo por iso ser utilizada para reforzar os efectos malsanos que esta produce, tamén é a rede que pode potenciar as diferencias culturais ou o factor diferencial que as singulariza no ventre da mundialización, redimensionando así a valoración social e política do local á marxe dos corsés administrativos e políticos que o viñeron constreñindo – isto representa unha esperanza para as culturas sen Estado.

Non é que Internet non presente eivas, que as ten e grandes, non sendo a máis pequena precisamente a dificultade que ten, por mor da súa propia natureza, de producir e comunicar información aténdose aos principios que viñeron conformando desde sempre a ideoloxía do xornalismo. O que é basicamente un soporte tecnolóxico de altísimas prestacións pode acabar sendo un

medio de comunicación en toda regra? A resposta a esta pregunta vai ter sen dúbida unha decisiva importancia para a viabilidade de proxectos de comunicación alternativa que se poñan en marcha cos obxectivos descritos. Pero as vantaxes – entre as que, de entrada, citamos a accesibilidade, a interactividade e os baixos custos – tamén son evidentes á hora de enfrontarse o movemento social ás restricións coas que os medios de comunicación tradicionais penalizan – censuran? – a súa capacidade para establecer un campo de xogo alternativo que supoña romper co *statu quo*, co consenso e cos códigos que lles deron vida.

A capacidade de Internet para a mediación xornalística

Á hora de enfocar e analizar a capacidade de Internet para a mediación xornalística, é preciso partir da idea ou fio conductor na construción dunha cidadanía comunicativa, a saber: as persoas asumen conscientemente, por medio do consumo cultural da oferta informativa noticiosa *de calidade*, unha competencia política que contribúe a xerar esferas públicas. Máis en concreto: trataríase dun “conxunto específico de roles sociais a través dos cales os cidadáns toman interese por un feito de relevancia pública, forman un xuízo ó respecto e exprésano (opinión pública), ademais de que toman decisións, fiscalizan, demandan e executan todas aquelas accións que os leven a defenderen intereses comúns nun contexto deliberativo (participación cidadá)”⁶. É así como fan operativo o seu dereito á información, en tanto que os seus propietarios naturais e legais.

A democratización da comunicación empeza e acaba nese dereito, que ten na liberdade de expresión o seu antecedente natural e legal, e na liberdade de prensa a súa consecuencia. Empeza sendo unha esixencia para os medios de comunicación, que están obrigados a pluralizar a representación da sociedade nas súas axendas e nos seus contidos. E acaba cando se activan as luces do proceso de comunicación, e os cidadáns internalizan con liberdade as mensaxes que aqueles contidos lles trasladan, e en función deles enxucian a realidade e contribúen a afortalar cos seus xuízos de valor

a opinión pública, estando ademais en condicións de participaren no debate cívico que no seu caso poidera desembocar en iniciativas sociais para presionar nos sistemas de poder.

Velaí como se constata que é nuclear a información xornalística, e máis en concreto, a información xornalística de calidade. Nesta hora de tránsitos, os ruídos sobrepóñense ás mensaxes. Vende o que está á vista e ten gancho. Vende máis o que máis información e con máis gancho-ruído pón á vista en menos tempo e co menor custo (en esforzo intelectual e diñeiro). E o que máis vende é, por lóxica, o que se fai visíbel en tempo real, o directo. Con eses mimbres artéllase o cesto do mercado informativo. Que non é diferente dos outros modelos de mercado. O valor da información está en relación directa cos factores que marcan os índices de produtividade. Todo o demáis é secundario. Cando deba ser o principal. Porque por moito que se multiplique a operatividade xestora, ou se acelere o acceso á información, non asegura o acceso ó saber (científico, xornalístico), porque non é acumulando coñecementos como se consegue, senón poñéndoos en relación.

Como hai que enmascarar esa realidade, venden en paralelo a filosofía da transparencia e da interactividade. Ben entendidas, nunca poderían lexitimar esa perversión. Quérese dicir, se a idea da transparencia reflectase a revelación por procedementos profesional e eticamente rigurosos dunha realidade que estaba scura, oculta ou que alguén quixo manter oculta, e se a idea de interactividade respondese á coparticipación real dos cidadáns nos procesos de produción informativa – ollo, que o potencial interactivo sexa real a través das TICs non quere dicir sen máis que se estea aplicando na dirección que reivindicamos.

Internet representa o paradigma da transparencia e da interactividade. É todo un potencial en si mesma. Como tamén o é á hora de afrontarmos a idea e a posta en práctica de alternativas de comunicación cuxa razón de ser está precisamente nas posibilidades que teñen os cidadáns de actuaren como cidadanía comunicativa. O que presupón ademais pensar Internet como un potencial medio de comunicación. E, xa que

logo, con capacidade para a mediación xornalística. Porque partimos da hipótese de que os modelos de comunicación alternativa han ter todas as características e tamén todas as garantías que se lle demanden a un medio de comunicación que sobrepon o valor social e político da información ó seu valor instrumental. Ademais de representar unha alternativa ó modelo organizativo e de xestión dos medios tradicionais, no que máis terá que diferenciarse para selo é precisamente no que se denomina a cadea de valor. A aposta ha ser polos contidos, non polos ruídos (os reais e os litúrxicos).

Como sopesar esa capacidade, e como no seu caso podería ser aproveitada para proxectos de comunicación alternativa na rede? Empecemos por dicir que Internet é unha realidade. Impónse gradualmente, configurando na práctica un novo espazo social de relación e de comunicación que se basea en dúas filosofías ás que alude Dominique Wolton como necesariamente complementarias: a *técnica* ou aquela que establece unha dirección directa entre comunicación técnica e comunicación humana, e a *política* ou aquela que subliña as dificultades da comunicación humana e social, pois que son os proxectos e os valores os que dotan de sentido á comunicación, non os sistemas técnicos⁷. Pois ben, se ese potencial é real como se lle recoñece, o que non cabe é renunciar a Internet polo simple feito de percibir actualmente nela unha moi escasa tendencia a sedimentar e incrementar esa súa dimensión política – tecnoloxía social – a expensas da súa dimensión técnica – tecnoloxía da información –.

O potencial mediador

Dixemos que as dúbidas á hora de aceptar Internet como a vía cívica buscada están relacionadas coa súa condición basicamente instrumental – soporte – e non esencialmente mediática – novo medio de comunicación. Porque é preciso aceptar que o que difunde información non é necesariamente un medio de comunicación. Cantos lle negan a súa condición de medio dan argumentos aceptables: ausencia de regras, ausencia dunha representación do receptor, falta dunha relación entre a escala individual e a escala

colectiva, a indefinición dun espazo no que sucede o proceso de comunicación, unha maior apetencia á explotación mercantil da información en perxuro da procura dun ideal de intercomprensión, entre outros. Non obstante, o que hoxe en día se percibe como tendencias opostas a aquelas que deben primar sempre nos procesos de comunicación e información democráticos pode variar, porque o recorrido tecnolóxico que lle dá apoio a Internet aínda non rematou. Nesas expectativas radica o optimismo de cantos lle conceden xa actualmente o estatuto mediador, aceptándoo como un novo medio de comunicación, se ben asumen que está en período de maduración.

Certo que hai estudos sesudos que alertan sobre as desigualdades que provocan as tecnoloxías da información e da comunicación, que son as que construíron o soporte que é Internet. Esas desigualdades danse no acceso a esa tecnoloxía e á información que produce, danse na produción de contidos e por conseguinte na produción de valor económico que comportan, na capacidade que temos uns e outros para seleccionar, validar e avaliar esa información. Nun esclarecedor artigo en *Le Monde Diplomatique*, Marc Aimé daba no cravo ó describir a cantos se posesionaron dese potencial difusor como os novos bárbaros da información en línea, alegando que se preocupan máis por xustapoñer servizos automatizados que de producir contidos arredor dun proxecto editorial. Critica asimesmo ese recoñecido articulista e pensador o acelerado desvío mercantil da información que se detecta na rede, forzando unha grave dexeneración da mesma, pois que esa aceleración propicia que se empobreza tanto a súa escrita como a súa capacidade de análise⁸.

Sen embargo, non é menos certo que a experiencia que se extrae do seu uso tamén permite bosquejar no seu mapa de posibilidades. É esa experiencia, que dun xeito ou doutro xa teñen os internautas que buscan información, a que preme para darlle a Internet unha certa pátina mediadora, ou mellor, para que sexa aceptada non só como un soporte de información, senón tamén e especialmente como un novo medio de comunicación, e nesa medida, como unha vía

cívica, pois facilitaría unha cidadanía comunicativa, e conseguintemente unha cidadanía participativa. Pero aludiremos especialmente a aquelas experiencias a través das cales podemos entrever a dispoñibilidade de Internet para fomentar espazos de mediación política, que son os que conectan cos obxectivos que buscan os proxectos de comunicación alternativa polos que se aboga.

Sucedo precisamente cando observamos a presenza e a operatividade que acadan na rede colectivos sociais non institucionalizados, conformando o que chamamos *redes*

cívicas. A facilidade coa que se poden instalar primeiro e dinamizar despois na rede, sempre para acadaren obxectivos informativos e de comunicación interactiva, permite que sexamos optimistas respecto da porosidade de Internet a iniativas de participación popular. Outro tanto sucede respecto da visibilidade á que poden acceder culturas que non se identifican cun Estado-nación determinado. A experiencia práctica que permitiron, a través da rede de redes, as mobilizacións dos chamados antiglobalización ou alterglobalización, é inobxectable.

Bibliografía

Álvarez Pousa, Luís, *A identidade fronte á rede*, Edicións Xerais, Vigo, 1999.

Castells, Manuel, *La era de la información*, Vol.I (*La sociedad red*), Alianza, Madrid, 1997.

Dahlgren, Peter, “La democracia electrónica, Internet y la evolución del periodismo”, en Vidal **Beneyto**, J., *La ventana global*, Madrid, Taurus, 2002.

Deane, J. e Gray-Felder, Denise, *Comunicación para el cambio social. Documento programático e informe sobre una Conferencia*. Nova Iorque, The Rockefeller Foundation, 1996.

Dobson, Andrew, “Cambios en la ciudadanía”, en AA.VV., *Construcción de Europa. Democracia y Globalización*, Santiago, Universidade de Santiago, 2001.

Esteinoi, J., “Los medios de comunicación colectivos como centro del poder contemporáneo”, en *Razón y Palabra*, Out.-Nov. do 2001.

Garretón, Manuel A., “Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general”, en AA.VV., *Los medios, nuevas plazas para la democracia*, Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, 1994.

Lance Bennett, W. (2002): “La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública”, en Vidal Beneyto, J.: *La ventana global*, Madrid, Taurus, 2002.

Luna, Issa, “Medios de comunicación y democracia: realidad, cultura cívica y respuestas legales y políticas”, en *Razón y Palabra*, Out.-Nov. do 2002.

Martín-Barbero, J. (1998) “Las mediaciones de los medios en la construcción de la ciudadanía”, Ponencia inédita presentada no II Festival Internacional de Radioapasionados e Televisión de América Latina e Caribe, 1998, 7 páxs.

Mattelart, Armand e **Piemme**, J-M., *La televisión alternativa*, Barcelona, Anagrama, 1981.

Moragas, Miquel de, “Nuevas tecnologías y nuevas condiciones del pluralismo informativo”, en AA.VV.: *Comunicación y pluralismo*. Salamanca, Universidad Pontificia, 1994.

Norris, Pippa, “¿Echar la culpa al mensajero? Los nuevos medios de comunicación y la desafección política en las democracias europeas”, en AA.VV., *Construcción de Europa. Democracia y Globalización*, Santiago, Universidade de Santiago, 2001.

Rivero, Angel, “Niveles de ciudadanía: el ciudadano de las ciudades y el ciudadano del mundo”, en AA.VV., *Construcción de Europa. Democracia y globalización*, Santiago, Universidade de Santiago, 2001.

Roche, Maurice, *Rethinking Citizenship: welfare, ideology and change in modern society*. Cambridge, Polity Press, 1992.

Wolton, Dominique, “Internet:entre instrumento económico y proyecto político”, en Vidal Beneyto, J., *La Ventana global*, Madrid, Taurus, 2002.

¹ Universidade de Santiago de Compostela (Galiza).

² Luís Moreno Basurto, “Educación, comunicación e imaginarios sociales”, en *Razón y Palabra*, Febreiro-Marzo de 2002.

³ O profesor Esteve Ramírez aporta unha relación das principais comunidades virtuais que se poden atopar en Internet, unhas xerais (www.tripod.com, www.excite.com, www.commm.com), outras destinadas a profesionais e con obxectivos máis específicos (www.rediris.es, www.recol.es, www.ictnet.es, www.educalia.org, www.energia.com, www.emprendedoras.com, www.unionprofesional.com, www.poblado.com), en Francisco Esteve Ramírez, “Los portales verticales, nuevas fuentes de información especializada”, en AA.VV.: *El periodismo de fuente*. Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca, 2003, pp.99-114.

⁴ D. Cantolla, “Comunidades virtuales”, en *E.comm*, maio de 2000, px.106.

⁵ Armand Mattelart e J-M.Piemme: *La televisión alternativa*. Barcelona, Anagrama, 1981, p.120.

⁶ Carlos Camacho Azurduy, “El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa”, en *Sala de Prensa*, nº 59, setembro do 2003.

⁷ Dominique Wolton, “Internet, entre instrumento económico y proyecto político”, en Vidal Beneyto, J., *La ventana global*, Taurus, Madrid, 2002, p.134

⁸ Marc Aimé, “Los nuevos bárbaros de la información en línea”, en *Le Monde Diplomatique* (edición en español), xullo-agosto de 1999, pp.32-34.