

---

# COMUNICACION ALTERNATIVA Y COMUNICACION POPULAR

—Aproximaciones a una teoría de la comunicación alternativa—

---

JOSE IGNACIO REY

La intención del presente ensayo es la de profundizar y alargar el desarrollo de otro que, sobre el mismo tema aunque en diferente contexto editorial, publicamos en el Boletín COMUNICACION en abril de 1976 (1). Lo que entonces era poco más que una vaga intuición ha pasado posteriormente a ser tema de investigación para muchos autores y en diversas partes del mundo. Obviamente más en aquellos países o regiones cuyo sistema vigente de comunicación social distorsiona en mayor grado el proceso de la comunicación social misma.

En referencia específica a América Latina y en relación a los grandes medios de comunicación de masas, poníamos allí de relieve el hecho de que las grandes mayorías de nuestra población no tienen acceso regular a los mismos, ni siquiera en calidad de receptores pasivos. Insistíamos, también y sobre todo, en el hecho de que, por razones que no es del caso repetir aquí, muchos de los que sí llegan a ser receptores de esos medios no están todavía gravemente afectados por el impacto traumático de una transculturización alienante y de por sí compulsiva. En base a esa relativa marginación cuantitativa y cualitativa, apuntábamos entonces la posibilidad y la urgente necesidad de generar una comunicación alternativa que desatara y vehiculara las capacidades expresivas y culturales autóctonas de nuestros pueblos. Incluso esbozábamos unas líneas metodológicas de investigación para llevar adelante el proyecto. En todas esas reflexiones estaba más o menos implícita nuestra personal convicción del importante papel que esa comunicación alternativa estaba llamada a tener en el proceso del cambio social global.

La expresión "comunicación alternativa" es en sí misma ambigua y de hecho ha venido siendo utilizada equívocamente. Alternativo es todo lo que se presenta como una opción diferente a la actual, sin precisar el grado de diferencia. De esa falta de precisión nace la ambigüedad. No se puede hablar con propiedad, por ejemplo, de comunicación alternativa para tipificar el resultado de cualquier cambio o reforma orientada simplemente a hacer más funcional un determinado sistema de comunicación social. En este campo como en otros, no cualquier novedad es verdaderamente "alternativa". En una primera aproximación pues al problema que nos ocupa, diríamos que cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa presupone, como condición negativa, el rechazo fundamental de la estructura comunicacional vigente (2).

En un sentido ya afirmativo y en relación a los sistemas nacionales de comunicación social (3), consideramos importante no confundir comunicación alternativa con comunicación grupal. Ni toda comunicación grupal es necesariamente alternativa, ni la comunicación alternativa puede reducirse a comunicación grupal, aun tomando en cuenta que probablemente el grupo pequeño y homogéneo es el ámbito privilegiado para ensayar y desarrollar formas de comunicación

alternativa. Parecida confusión se origina al traducir el binomio "comunicación vigente" y "comunicación alternativa" por el binomio "macromedia" y "micromedia". La preferente o exclusiva utilización de los "micromedia" no asegura de por sí una real comunicación alternativa. Por otra parte, no está en forma alguna demostrado que los grandes medios de comunicación imposibiliten, también de por sí, una genuina comunicación, reconociendo que en la mayor parte de los países la vienen imposibilitando de hecho por factores que les son externos a los medios mismos. Lo anterior no significa en modo alguno que no pensemos que los "micromedia" están llamados a ser vehículo privilegiado de mensajes (sobre todo en las primeras etapas de "resistencia") en el largo y difícil proceso de creación de un sistema alternativo de comunicación social.

Algunos otros autores, refiriéndose a lo mismo, han preferido hablar de comunicación de base. A este respecto nos parece que la expresión "de base", si bien tiene la ventaja de intentar centrar el problema en la definición del sujeto agente de la nueva comunicación, no pasa de tener un valor descriptivo y aproximativo. Y, por tanto, también ambiguo.

Podría pensarse que desaparece la ambigüedad si por "comunicación alternativa" se entiende "comunicación popular". Pensemos que ello es verdad en la medida en que por "pueblo" se entienda "clase social oprimida" y por "comunicación" un "real intercambio de mensajes entre los miembros de esa misma clase social oprimida". Dedicaremos las reflexiones siguientes a precisar esos dos elementos —ambiguos todavía en su generalidad— que podrían llegar a convertir a la comunicación popular en inequívocamente alternativa (4).

Una teoría de la comunicación popular, si pretende un estatuto científico riguroso y superar una mera connotación romántica o pseudo-romántica, no puede prescindir de una teoría de las clases sociales. El pueblo y lo popular no constituyen una esencia o una substancia, sino que se definen por su posición relacional de diferencia y de contraste con respecto a otros hechos culturales y a otras clases sociales. En este sentido, definimos pueblo como "el conjunto de clases subalternas e instrumentales sometidas a la dominación económica, política y cultural de las clases hegemónicas dentro de una determinada sociedad".

Creemos de fundamental importancia subrayar que esas clases sociales populares así caracterizadas no se definen exclusivamente por su posición en las relaciones sociales de producción (condición necesaria, pero no suficiente), sino también por sus respectivos sistemas de identificación cultural. A esto mismo nos referíamos en nuestro anterior trabajo, arriba citado (1), al señalar que los límites de la marginalidad comunicacional no coinciden exactamente con los de la marginalidad económica o productiva y, por consiguiente, tampoco coinciden los de la opresión económica y la opresión cultural. Es precisamente este desfase el que abre condiciones favorables para que sea posible, desde el pueblo comunicacionalmente marginado del influjo aliante de los grandes medios, la creación y el desarrollo de una comunicación alternativa que lleve a ser, a su vez, factor de cambio social.

El pueblo así caracterizado dista mucho de constituir una realidad sociológica o culturalmente homogénea, pese a tener por común denominador una situación de dependencia y subalternación con respecto a las clases dominantes (5). Cualquier proyecto de comunicación popular o alternativa debe comenzar pues por distinguir subgrupos y subculturas dentro del vasto ámbito popular; sin olvidar en ningún momento —eso sí— que el reconocimiento de la situación de clase de un grupo determinado debe preceder a la individuación descriptiva de los comportamientos del grupo empíricamente considerado (6).

Una vez definidos los agentes de esta nueva comunicación, es preciso caracterizar la comunicación alternativa misma. A este respecto se impone empezar por ayudar a poner de relieve las respectivas estructuras comunicacionales autóctonas, así como los modos de comunicación que

son realmente operativos en el seno de los diferentes subgrupos que componen la categoría "pueblo". Igualmente es importante rescatar los códigos culturales comunes dentro de las diferentes clases subalternas o subgrupos que, en virtud de su coeficiente ideológico, obviamente se ignoran como tales. Abundando en lo dicho más arriba, la codificación y descodificación de mensajes deberá ser hecha desde la perspectiva de los intereses materiales y simbólicos de la clase popular y de su grupo de referencia (7). No haría falta añadir aquí que en la nueva comunicación emisor y receptor deben adquirir facilidad para intercambiar constantemente sus respectivos papeles, condición primera de toda genuina comunicación.

Es de vital importancia también reconectar las formas comunicativas con la práctica de las masas, actoras de los procesos sociales, y ligar el fenómeno cultural con la vivencia de sus luchas. Por esta razón, la incidencia del "intelectual" en este proceso, siendo seguramente necesaria, es delicada y, en todo caso, solamente instrumental. Es el pueblo, con su creatividad, el único actor y gestor de su práctica cultural y comunicacional.

En estrecha relación con lo anterior, las nuevas formas de comunicación deben ser vínculos de **organización y movilización populares**, en respuesta al efecto atomizador, desorganizador e inmovilizante de las masas característico de las formas de comunicación impuestas por las clases dominantes. La nueva comunicación debe ser obra de un conjunto organizado, con la sola jerarquización que el pueblo mismo se imponga. Es preciso distinguir aquí una espontaneidad, que no está reñida con la organicidad, de una anarquía que, también este campo comunicacional, suele tener efectos reaccionarios. Dentro de esta concepción orgánica y global, la recepción misma de mensajes debe tornarse en actividad creadora que, al suponer una acción, pueda convertirse en una nueva emisión, liquidándose así la unidireccionalidad de los mensajes y estableciéndose verdaderos circuitos de comunicación.

No queremos dejar de subrayar la conexión íntima entre los procesos de comunicación alternativa o popular y los procesos de educación conscientizadora, liberadora, alternativa también. Más de que de conexión íntima debería hablarse de dos vertientes de un mismo proceso. Educar es ayudar a que el educando, como ser social, conscientice su real situación objetiva dentro del mundo y de la sociedad en los que está inserto, sin distorsiones de perspectiva. También estar capacitado para actuar libremente desde la situación conscientizada. En definitiva, educar es ayudar a que el educando se convierta en un emisor-receptor libre, consciente y comprometido con los intereses materiales y simbólicos de su propia clase social (8).

Podría quizás completarse este breve ensayo apuntando algunas directrices u orientaciones sobre el papel que estaría llamado a cumplir el **comunicador social profesional** en la creación y desarrollo de este nuevo sistema de comunicación alternativa. Algunas ideas sobre este tema específico han quedado desarrolladas en un trabajo nuestro anterior (9). De todas formas, habremos de volver más adelante sobre este mismo tema.

A modo de conclusión provisional, nos parece que sólo una comunicación alternativa protagonizada por el pueblo, dentro por supuesto del marco global de sus múltiples luchas liberatorias, puede garantizar un futuro democrático para América Latina. Ese mismo pueblo que hoy, todavía, esperamos que ya por poco tiempo, permanece sumido en la incomunicación y el silencio.

#### NOTAS:

- (1) José Ignacio Rey, "Escuelas, Comunicación y Cambio Social en América Latina", Boletín COMUNICACION N° 7, pg. 4.
- (2) Obviamente este rechazo no es apriori, lo cual sería irracional. El rechazo en el caso específico de la mayor parte de los países latinoamericanos está fundado en una larga cadena de in-

vestigaciones serias sobre la estructura y efectos de los sistemas comunicacionales vigentes. El rechazo fundamental, por otra parte, afirma la necesidad de una comunicación alternativa, pero no niega en modo alguno la importancia de una lucha simultánea por el logro de reformas en lo vigente que favorezcan, u obstaculicen menos, el desarrollo de la comunicación alternativa.

- (3) A otro nivel, . puede hablarse también con relativa propiedad de comunicación alternativa para referirse al Nuevo Orden Informativo Internacional.
- (4) Algunas de esas reflexiones nuestras están inspiradas en el trabajo de Gilberto Giménez, "Notas para una teoría de la comunicación popular", Revista CHRISTUS, México, Dic. 78, pg. 25;
- (5) Esto es particularmente válido en América Latina donde clases arcaicas y preindustriales coexisten con clases subalternas "modernas" ligadas al desarrollo industrial, como el proletariado y el subproletariado urbano y rural.
- (6) Pensamos que es precisamente esa composición heterogénea de las clases populares o subalternas la que explican, en parte al menos, la tendencia de algunos teóricos latinoamericanos a caracterizar como "grupal" a lo que nosotros venimos llamando comunicación alternativa o popular.
- (7) El reencuentro consciente con los códigos que responden a sus propios intereses de clase servirá, de paso, para saber tomar distancia —conscientemente también— de los códigos que, respondiendo a intereses de las clases hegemónicas, se presentan como universales.
- (8) En el sentido de fundamentar una teoría de la comunicación alternativa, es obligada la referencia a la pedagogía del oprimido, claramente diseñada en sus diferentes obras por Paulo Freire.
- (9) José Ignacio Rey, "La ética de la comunicación en su contexto sociopolítico", Boletín COMUNICACION N° 8, pg. 4.

