
PRESUPUESTOS PARA UNA INVESTIGACION ALTERNATIVA

MARCELINO BISBAL

Es necesario señalar, para empezar, que los descubrimientos aportados hasta hoy por la investigación comunicacional nos demuestran la existencia de graves problemas estructurales en la comunicación colectiva o masiva. Tal como indicábamos en **COMUNICACION No. 7 (Abril -1976)**, dichas investigaciones se han venido planteando en referencia al sistema comunicacional vigente y establecido y nunca a aquellos medios comunicacionales autóctonos, que necesariamente son pobres y primitivos, pero que responden a la problemática popular y subalterna de sus emisores. De tal forma, que las actuales investigaciones se han limitado a establecer interpretaciones, en el mejor de los casos críticas, de la actual forma comunicacional vigente y no han sido capaces de elaborar lo que simplificando, podríamos denominar una práctica liberadora de nuevas formas comunicacionales.

Como indica el periodista boliviano, especialista en ciencias de la comunicación, Mario Arrieta Abdalla ("*Le Monde Diplomatique*" en español, abril 1980); "y son justamente estas experiencias-precisamente ignoradas o minimizadas- las que deben ser estudiadas por teóricos y especialistas. Especialmente por quienes propugnan la creación de "circuitos paralelos" o "comunicación alternativa", ya que en ellas se encuentran muchas de las posibles respuestas a los problemas que les preocupan.

I. LA ACTUAL INVESTIGACION, PERSPECTIVAS

Nuestra investigación comunicacional, esto quiere decir que el resto de la ciencia también, ha atravesado por innumerables problemas. Estos han de definirse y enmarcarse dentro de los parámetros de la dependencia general de la región y de Venezuela con respecto a países desarrollados, fundamentalmente los Estados Unidos. Es lo que se ha señalado ya tantas veces, la teoría de las ciencias sociales ha sido difundida en América Latina por el centro metropolitano de poder, hecho en extremo visible en el caso de la comunicación colectiva en donde el dominio ideológico aparecía como casi "esencial" a su propia existencia. Por otra parte, empezamos a "copiar" modelos epistemológicos de los ámbitos socio-filosóficos de las Escuelas de Franckfurt y Estructuralismo francés que nos impidieron por mucho tiempo iniciarnos en una investigación propia en forma y contenido. Recién superados esos problemas iniciales, surgen otros que no hemos sido capaces de descubrir y uno de los objetivos de este trabajo es tratar de señalarlos.

Hasta ahora, la investigación ha aportado algunas experiencias interesantes, en diversos medios y ambientes, las cuales pueden sintetizarse en las siguientes pistas:

- 1.- "Denuncia sistemática de la enagenación que producen los medios de comunicación. Al efecto, existen ya numerosos estudios realizados y completas investigaciones para determinados medios, sobre la forma en que se cubren diversos eventos significativos, sobre las intencio-

nadas deformaciones que los medios difunden, sobre el tratamiento caprichoso de las noticias, utilizando múltiples elementos, sobre los aspectos semánticos y semiológicos en la presentación de las noticias, etc.

2.- Descodificación de la información de los medios de comunicación social enajenantes.

Es un proceso que presupone lo anterior. Una vez que se detecta a quién y cómo sirve un medio, es posible establecer "constantes" de la desinformación realizada y aplicar "coeficientes" a las noticias que tales medios producen, para entender, con cierta precisión, lo que realmente quieren decir, las noticias publicadas y los hechos reales, encubiertos por las deformaciones interesadamente introducidas por los medios enajenantes y explotadores. Esta operación, en países que están totalmente privados de toda capacidad de comunicación útil a los sectores populares, es especialmente importante en esos ambientes.

3.- Aprovechamiento en lo posible de los medios de comunicación social. Cada vez un mayor número de profesionales en comunicación, buscan caminos nuevos, para utilizar, al menos parcialmente, los poderosos recursos de los medios de comunicación social para coadyuvar a las luchas populares. Y existen también, casos particulares en que determinados medios se ponen al servicio de las causas de liberación. Así mismo, es deseable usar recursos técnicos de comunicación social en países vecinos, que pueden hacer llegar sus mensajes a zonas completamente copadas". (Centro Nacional de Comunicación Social) (CENCOS), Boletín Informativo del 26 de diciembre de 1979).

En 1972, en un Seminario de especialistas en Comunicación, organizado en Costa Rica y auspiciado por ILDIS, CEDAL y CIESPAL, se indicaba que el sistema de comunicación en América Latina, actualmente bajo el control de las empresas monopolísticas o de otros grupos dependientes de aquellas directa o indirectamente, procura en general las siguientes funciones sociales:

- "Mantener en funcionamiento el sistema productivo mediante el máximo consumo de bienes generados, su eliminación anticipada y, en general, la creación de necesidades para consumo superfluo y enajenantes;
- Sostener la estructura de poder político, para consolidar el orden económico y social vigente, ocultando sus contradicciones de estructura;
- Reforzar una cosmovisión individualista y atomizadora de la sociedad, generada por el propio sistema productivo y multiplicada por la expansión del sistema de los medios. De allí derivan valores enajenantes que se promueven en todos los planos de la conducta social: sexo, familia, cultura, trascendencia;
- Reducir la capacidad crítica de los consumidores por la saturación constante del mercado de oferta de mensajes y por la apelación manipulada a la efectividad".

Es lo que Jesús María Aguirre (Equipo COMUNICACION) señalaba en una conferencia dictada en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela ("Función Ideológica de los Medios Masivos y Búsqueda de Alternativas"), es decir que los medios de comunicación masiva resultan útiles para las clases dominantes porque:

A) Impiden la participación del pueblo:

- Los receptores sólo pueden recibir
- Los mensajes circulan de arriba hacia abajo
- Los mensajes favorecen las actitudes de evasión y escapismo
- Los mensajes alientan el individualismo y la desorganización

B) Distorsionan la realidad e impiden su conocimiento crítico:

- Los mensajes muestran una realidad fragmentada y deformada, de la cual el pueblo y sus

acciones están ausentes o son combatidos.

-Los medios encubren a sus dueños, a los verdaderos emisores de los mensajes.

C) **Se imponen como necesarios ante los ojos del pueblo:**

-Alientan su recepción: no consumirlos es quedarse al margen de la "realidad".

D) **Cubren a todos los grupos y sectores sociales:**

-Garantizan que la imposición ideológica se extienda a todo el pueblo.

E) **Aseguran el orden económico capitalista:**

-Favorecen la existencia de la sociedad de consumo capitalista

-Orientan el consumo a través de la publicidad compulsiva

Todos estos aspectos, aportados por las investigaciones actuales, no han servido para modificar el estado actual de cosas. Más bien, la industria cultural se ha percatado de los resultados arrojados por esas investigaciones y hoy, los mecanismos de tratamiento del mensaje, conducción de los medios y relaciones de ellos con las estructuras de poder son más sutiles e imperceptibles. Pero siempre desde la lógica de la comunicación manipulatoria.

Por otro lado, se espera que los resultados de las investigaciones sean adoptados por el "sector oficial" (Estado) para la inmediata formulación de correctivos. Nos olvidamos de una premisa, básica para nosotros, en el actual contexto social: **La comunicación es un subsistema del sistema económico, político y social vigentes.** Y el Estado se vincula a las clases sociales de acuerdo a las distintas correlaciones de fuerzas que vayan dándose. Esperamos que sea el Estado el que imponga una "política de comunicación", le corresponde por derecho y por deber, pero en la sociedad capitalista quienes detentan el poder, son quienes tienen la capacidad para imponer sus intereses específicos, quienes finalmente se benefician del mantenimiento de un sistema de dominación y son a la vez quienes imponen en el aparato del Estado el desarrollo de una política que atienda a sus propios intereses. Esto quiere decir, que es una clase la que tiene poder, pues puede imponer a los que toman decisiones y ocupan lugares en el Estado, el desarrollo de una política de comunicación y en otros dominios que atienda y realice los intereses específicos de esa clase dominante.

De lo anterior, es fácil deducir que en la realidad actual no es suficiente la crítica, el desenmascaramiento de la alienación comunicativa, se hace necesario orientar las investigaciones hacia una acción "contrainformativa", y una potenciación de la acción emisora de las clases subalternas para que se genere una mayor "conciencia crítica" de los condicionamientos económicos y socio-políticos. Se trata, antes que nada, de contribuir con una "investigación militante" a modificar dichos condicionamientos, mediante una amplia y consciente participación social de los sectores populares y "marginales" comunicacionalmente en la gestión de su propio desarrollo a través de formas comunicativas propias. Lo cierto, es que hasta el momento esto no ha sido así.

II. NECESIDAD DE UNA ACCION COMUNICATIVA ALTERNA

En numerosas reuniones, congresos y acuerdos regionales, a partir de la década de los años '70, auspiciados por Organizaciones como la UNESCO, FELAP, ILET, . . . se ha comenzado a hablar de "ALTERNATIVAS" en el campo de la comunicación e investigación. A este respecto, es necesario recordar algunos de los planteamientos que allí se han hecho y ver en que contexto se han formulado:

I-Entre el 17 y el 22 de septiembre de 1973 se realizó en San José de Costa Rica un Seminario sobre "La Investigación de la Comunicación en América Latina, auspiciado por CIESPAL. (Ver Boletín COMUNICACION No. 7, abril 1976-página 62). Allí se menciona repetidamente el término "búsqueda de alternativas":

-La investigación debe estar orientada al diagnóstico de la situación actual y a la **búsqueda de alternativas** que permitan tomar opciones en el planteamiento de soluciones. Pero tanto la teoría como el método deben contemplar la necesidad de una acción interdisciplinaria para que haya una clara visión de la realidad imperante y un conocimiento mucho más rico y profundo de la sociedad en la que ocurre el fenómeno de la comunicación. Finalmente, el método científico debe buscar sobre todas las cosas, la participación de los grupos sociales involucrados en los problemas de la comunicación para que los resultados sean mucho más genuinos, más aprovechables y den lugar a una participación más activa de los grupos populares tanto en la detección de los problemas como en los procesos mismos de la comunicación.

-Incentivar la participación popular en las investigaciones de comunicación con el fin de desmitificar a estos ante los sectores populares y desarrollar entre ellos una conciencia crítica que posibilite una opción liberadora.

-Promover la investigación acerca de las experiencias sobre la elaboración popular de mensajes que modifiquen el sentido tradicional de la comunicación vertical.

-Se recomienda buscar nuevas conceptualizaciones pedagógicas, así como nuevos arreglos institucionales, nuevos medios y métodos que faciliten el desarrollo de la conciencia crítica de la población, así como su capacitación para participar activamente en el manejo de los medios de comunicación, como instrumentos de liberación.

II-La Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, llevada a cabo en San José de Costa Rica entre el 12 y el 21 de julio de 1976, (Ver **Boletín COMUNICACION No. 10-11**, Octubre y Diciembre de 1976) se señala en el Informe de la Comisión I: "Problemas que plantea el desarrollo de Sistemas Modernos de Comunicación" y que luego se diluye en la Recomendación No. 2, lo siguiente:

-Los medios deben desmistificarse mediante actividades experimentales de comunicación alternativa, hasta familiarizarse en su uso a las comunidades locales. Una ampliación de la participación impone la disposición de canales para que los grupos puedan hacer fluir sus mensajes, de tal manera que se reemplace el monólogo de pocos por el diálogo de muchos, merced a la transformación vertical en comunicación circular.

III-El Director del ILET - Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales - Juan Somavía, en su trabajo "Hacia un Nuevo Orden de la Información Internacional" (**Revista Nueva Política, No. 4**. Fondo de Cultura Económica, México 1977), señala lo siguiente:

-Desarrollar medios alternativos de información; entre ellos debe considerarse el establecimiento de centros de información colocados en sitios neurálgicos para actuar como corresponsales del Tercer Mundo y como fuentes informativas del mundo industrializado. Supone crear un sistema de producción informática del Tercer Mundo.

-Identificar redes no comerciales donde circulen los contenidos de información alternativa con fuerte influencia en audiciones sectorializadas (sindicatos, iglesias, organizaciones internacionales, universidades, grupos minoritarios organizados, partidos políticos, organizaciones de masas, etc.).

El mismo Juan Somavía en su discurso ante el II Congreso de FELAP reunido en Caracas entre el 26 y 29 de julio (1979) decía:

-Entendemos en toda su dimensión el aporte de la comunicación alternativa, como respuesta que han creado individuos y grupos sociales frente al sistema dominante. Es la respuesta frente a las formas transnacionales de la comunicación y frente al uso de la información y al espectáculo que hacen los grandes consorcios en nuestros países. La comunicación alternativa quiere ser viva, valiente, creadora y directa. Surge de la búsqueda popular y de sus luchas. En cada uno de

nuestros países hay ejemplos elocuentes: periódicos, revistas, discos, cine de conciencia, teatro comprometido, grupos de arte junto al pueblo, festivales, foro-cassettes, encuentros, etc.

-Los periodistas progresistas deben impulsar este fenómeno y ser parte de él en todas las formas posibles. En la medida que la red de lo alternativo se consolide y haga fuerte, el periodista encontrará en ella el apoyo a su acción para cambiar los medios informativos dominantes y la estructura de poder que los determina.

IV-En el mismo Congreso de FELAP-Federación Latinoamericana de Periodistas- en la Resolución sobre "comunicación alternativa" se indica lo siguiente:

-La comunicación alternativa emerge como respuesta al sistema dominante en sus expresiones informativas nacionales y transnacionales;

-La comunicación alternativa es una manifestación de organizaciones sociales y de movimientos de base que buscan una verdadera democratización de las sociedades latinoamericanas;

-Es necesario conocer y promover el desarrollo de los medios de comunicación alternativas, con vista a la democratización de la comunicación y la sociedad en su conjunto.

Existe un reconocimiento a la necesidad de una "acción comunicativa alternativa". Pero creemos que se trata de una aproximación puramente intuitiva y descriptiva. No se han precisado los lineamientos y los resultados de esa comunicación alternativa si es que ello se ha dado. Seguimos demasiado apegados, quizás por comodidad y costumbre, a lo que apuntaba José Ignacio Rey en su trabajo "Escuelas, Investigación y Cambio Social en América Latina" (Ver Boletín COMUNICACION No. 7. abril 1976. página 4), a una investigación afianzada en una línea de macrosociología y no a una microsociología. Este tipo de investigación facilitarfa enormemente el implemento de planes de educación popular, para el desarrollo de la conciencia social y política de nuestras mayorías.

Nosotros diremos, entonces, que la comunicación e investigación alternativa tienen implicaciones teóricas y prácticas que llevan a consecuencias políticas. En otras palabras, como diría Gilberto Giménez en su trabajo "Notas para una Teoría de la Comunicación Popular" (Revista CHRISTUS, No. 517, Diciembre 1978), debe contraponerse una forma progresista y crítica de comunicación e investigación (añadido nuestro) que supone por parte de los profesionales e investigadores una previa "conversión política" que los lleve a situarse en el lugar social y dentro de la perspectiva cultural de las clases subalternas. De tal manera, esta investigación implica, al menos tendencialmente, la quiebra de la lógica de la dominación y se realiza no "desde arriba", es decir, desde el pueblo mismo, compartiendo en lo posible sus propios códigos. Tal como señala Jesús María Aguirre, la búsqueda de alternativas, comunicacionales e investigativas, exige una estrategia-teórico-práctica para el cambio social a nivel de infra y superestructura reflejada en:

A) Socialización de los procesos económicos-políticos:

- Diseño de un modelo socialista
- Estrategia y tácticas para llegar a ese modelo

B) Devolución del habla al pueblo protagonista general de los medios:

- Lineamientos de nuevos modelos comunicacionales
- Corporización de la comunicación popular en función de la organización del pueblo, protagonista social.

Sin embargo, en toda esa búsqueda, el proceso exige un método adecuado que responda a esos planteamientos y que se deriven de él las técnicas de trabajo en el terreno social que sean eficaces para los fines de cambio que se persiguen y que la actual situación reclama.

III-EN BUSCA DE UNA INVESTIGACION ALTERNATIVA

Los presupuestos que presentamos pretenden desarrollar en forma más explícita y detallada el esbozo que en el **Boletín COMUNICACION No. 7 (1976)** habíamos ya indicado. Decíamos, que la investigación alternativa debe buscar, sobre todas las cosas, la participación de los grupos sociales involucrados en los problemas de la comunicación, es decir lo que nosotros hemos denominado "grupos marginales del proceso comunicacional". Si realmente es cierto que existen "grupos marginales" de la comunicación y que nada tiene que ver la "marginalidad económica" con esa variante de marginalidad que se da en comunicación; la metodología actual de la investigación comunicacional debe dar un giro total. En contextos diferentes a los nuestros se plantea algo semejante. El español Miguel de Moragas en un trabajo de título "La Insurrección de los "mass-media" (1980) nos dice que ante la institucionalización comunicativa del poder económico, de la uniformidad y universalidad de la programación, se sitúa también un amplio sector homogéneo de opositores radicales al sistema (marginados, feministas, estudiantes sin horizonte de trabajo, trabajadores en paro, desocupados, cristianos no oficiales, minorías étnicas, etc.) que agotan la mayor parte de su energía en la creación de sus propios sistemas simbólicos para activar la génesis de una crisis revolucionaria profunda. Los procesos de comunicación descentralizadores que acompañan a estos movimientos no pueden aspirar a interferir la difusión de los programas integrados, pero sí pretenden neutralizar su influencia. Su esperanza de éxito radica en invertir la tendencia: pasar de la acción pasiva sobre el espectador al rechazo del receptor.

Por otro lado, hay quienes piensan que nuestras mayorías marginadas de la comunicación al carecer de sistemas adecuados y suficientes de comunicación se limita la posibilidad de cohesión social de los propios grupos marginados y desde luego se impide la participación de esos sectores en la sociedad nacional. Por otra parte, la falta de comunicación robustece los sistemas de dependencia de esos grupos a sectores distorsionantes de la economía, la política y la cultura y, sobre todo, impide que grandes mayorías participen en la movilización social que implica cualquier proceso de desarrollo o cambio social. Es cierto que se carece de medios de comunicación adecuados para la sociedad, pues ellos pertenecen a los grupos de presión económica o política, que han trasladado el sistema internacional de dependencias a los ámbitos nacionales de cada país. Los fines que persiguen generalmente las empresas industriales de la comunicación, no son de beneficio social. Esta idea está más que abordada. Lo que no es del todo cierto, es que entre los grupos sociales se da una incomunicación tal, que la misma favorezca la no cohesión social. Aquí hay problemas de orden histórico, político y económico que no corresponde analizar en este contexto. El problema no es que alrededor del ochenta por ciento de la población de América Latina nunca haya leído un diario, aparte de que todavía los grandes medios no llegan a todas las mayorías latinoamericanas; sino que cuando llegan lo hacen con mensajes emitidos en una sola dirección y en donde el individuo o los distintos sectores de la sociedad no tienen ningún poder decisivo sobre los contenidos de los medios. Aquí no importa la cualificación económica que se tenga, de todas maneras se da una marginalidad comunicacional en la mayoría de nuestras poblaciones. Se plantean entonces algunas opciones:

-Los grandes medios de comunicación no inciden en los grupos sociales, manteniéndolos marginados de la comunicación. A este primer problema se le plantea hasta qué punto no será beneficioso que esos grandes medios no lleguen y que así se permita llegar a desarrollar formas autóctonas de comunicación, que no deben ser consideradas como "formas precarias de comunicación interna".

-Que los medios de comunicación incidan sobre los sectores sociales, pero sucede gran parte

de esos sectores permanecen en un estado de no poder participar en las decisiones, es decir, son incomunicados. No hay decisión en el tipo de mensajes que ellos desean.

-Cuando los grandes medios de comunicación inciden en los grupos sociales, esta incidencia es negativa, provocando otro tipo de "marginalidad", además de alienación, distorsión de la vida, de los valores, etc.

Bajo estas variantes, y sin olvidar que los grandes medios de comunicación pertenecen a estructuras muy determinadas, es decir, pertenecen al sistema mercantil que impera en la sociedad actual de occidente, es bueno precisar un marco de diagnóstico que consiste en lo siguiente:

-“En una sociedad capitalista, inscrita en el proyecto de industrialización dependiente, los medios masivos de comunicación desempeñan una función objetiva que consiste en reflejar la estructura de clases de dicha sociedad, a fin de posibilitar su reproducción indefinidamente.

-A través de diversos mecanismos idealógicos, los medios masivos tienden a homogeneizar la conciencia de las distintas clases subalternas para conservar su unidad en torno al proyecto de la clase dominante y su aparato político. Este hecho impide la formación y el desarrollo de la conciencia propia de estas clases (Ver en este mismo número el trabajo de Jesús María Aguirre: “Comunicación Ideológica y Formación Crítica de la Conciencia de Clases”).

-Frente a esta realidad de los medios masivos de comunicación, se hace necesario participar con amplios sectores de base en la recuperación de sus propios recursos expresivos, así como la introducción de instrumentos que posibiliten nuevos modelos de comunicación. “(Revista CHRISTUS, No. 517-Diciembre de 1978).

También lo señala el mismo Miguel de Moragas; el descontento, recogido por las asociaciones ciudadanas, generalmente más sensibles que los partidos políticos en relación con estos problemas culturales de fondo, y por los movimientos de marginados, parados, feministas, estudiantes, etc., se expresa mediante los medios y esquemas de comunicación alternativa, cuyo éxito en la neutralización de las estructuras de poder depende del resultado de esta pugna social. A partir de aquí, surge la reorientación de la investigación-reorientación metodológica, intelectual y política fundamentalmente- y que hemos denominado alternativa. Naturalmente, como modalidad de investigación no es ninguna novedad. Un pequeño texto: “Causa Popular. Ciencia Popular” (Publicaciones de La Rosca, Bogotá 1972) nos indica que diversos marxistas como Lenin, Mao Giap; además de Centros Latinoamericanos de Documentación, Comunicación y Educación Popular como CEASPA (Centro de Estudios y Acción Social Panameño), CEDEE (Centro Dominicano de Estudios de la Educación), CEBIAR (Centro Boliviano de Investigación y Acción Educativa), CENCOS (Centro de Comunicación Social de México), CIDOB (Centro de Información y Documentación de Bolivia), SCCS (Servicio Colombiano de Comunicación Social), CELADEC (Comisión Evangélica Latino Americana de Educación Cristiana), . . . y diversos trabajos presentados en la Revista CHRISTUS plantean la necesidad de una “investigación militante” comprometida con la causa popular.

III.1.- Características Fundamentales

-Esta forma de investigación, lejos de ser una investigación de carácter academicista, pero no por ello sin rigor científico, debe recoger, sistematizar y explicar la realidad comunicacional imperante en un lenguaje lo más accesible posible, de tal forma que sirva de apoyo constante a lacientización.

-La investigación alternativa presupone una inmersión en el medio popular o grupos “marginales comunicacionalmente”. Esta “inserción militante” es fundamental para conocer los siguientes aspectos:

¿Cuál es el código/s en el que se desarrollan predominantemente los procesos comunicacionales autóctonos?

Tener acceso a dichos códigos populares.

Llegar a lo que denominamos "recuperación crítica" de las formas comunicacionales autóctonas. No para modificarlas totalmente, sino para conocerlas y depurarlas en beneficio de su nivel de conciencia política.

III.2.-Consideraciones Generales y Areas Prioritarias de Investigación.

Creemos válido sintetizar aquí los problemas o preocupaciones que plantea CLADOCOP (Consulta Latinoamericana de Documentación y Comunicación Popular) en relación a la investigación sobre comunicación popular. De lo que se trata, entonces es de buscar los mecanismos necesarios para que los problemas o preocupaciones se transformen en motivaciones de una práctica investigativa destinada a:

- Desentrañar el papel asignado por los sectores dominantes a estos instrumentos ideológicos (Medios de Comunicación-Información), en la consolidación de sus propios proyectos económicos, sociales y políticos.

- Desentrañar los mecanismos a través de los que se opera la penetración y dominación ideológica.

- Desentrañar el sentido de clase de los sistemas de documentación e información-comunicación imperantes.

- Revelar y sistematizar las diferentes prácticas alternativas de documentación y comunicación-información popular.

- Indagar acerca de los códigos, canales, y sistemas de codificación y decodificación propios de los sectores populares, en tanto productos de sus niveles de conciencia y práctica.

- Realizar una evaluación y proyección de las prácticas documentalistas y comunicacionales desarrolladas por los sectores populares.

III.3.-La Investigación Alternativa (Aproximaciones Metodológicas)

Las condiciones de funcionamiento de los medios masivos de comunicación no solamente en los países desarrollados o en vías de desarrollo determinan un importante y a menudo muy evidente grado de interacción con la estructura social y las instituciones existentes. En primer término, existe un conflicto potencial entre los valores y actitudes de los emisores y los de la mayoría de los miembros de esa sociedad. Los primeros tienden a constituir una minoría diferenciada, los segundos en su inmensa mayoría constituyen los que hemos llamado "marginales" del actual proceso de comunicación. Nuestra hipótesis de investigación se centra sobre estos "marginados" de la comunicación. Las actuales investigaciones han demostrado, sino hasta la saciedad como hemos visto, con bastante claridad que en relación a los mensajes, cabe también consignar que estos están elaborados en los centros metropolitanos, de quienes no solamente hemos recibido el objeto técnico de comunicación-importación del mismo: penetración económica-sino también otra penetración más sutil que reside en el hecho de que, junto con el objeto técnico, penetran las reglas de uso: reglas sociales, no técnicas, ya determinadas en los países centrales. Esta es una penetración cultural, y que además muy difícilmente pueden ser comprendidas por los habitantes de los sectores populares o clase medias, que no tienen la posibilidad de descifrar los mensajes o no tienen interés en hacerlo, porque saben, anticipadamente, que tales mensajes no guardan relación alguna con sus intereses, deseos, aspiraciones o sus normas y valoraciones.

Por tal motivo, y por lo que hemos venido apuntando a lo largo del trabajo, se requiere un nuevo enfoque en la concepción de la investigación sobre comunicación, en la creación de un proyecto de investigación alternativa que contribuya con sus resultados a la consolidación y creación-formulación de unos medios de comunicación alternativos.

III.3.1.-Objetivos del Proyecto

El objetivo general del trabajo va a consistir en la determinación, una vez que hallamos fijado el sector geográfico de investigación, de los grupos marginales de la comunicación (incomunicados real, potencialmente y por incompreensión de los mensajes y de los grandes medios de comunicación) y en detectar aquellas formas autóctonas de verdadera (real) comunicación que se da en esos grupos y posteriormente el desarrollo de esas formas de comunicación como instrumentos liberadores de la incomunicación en que se encuentran gran cantidad de comunidades y sectores populares. El logro del mencionado objetivo general implica los siguientes presupuestos teóricos:

-La metodología de investigación y el investigador no son dos cosas separadas. El investigador no son dos cosas separadas. El investigador debe estar comprometido con la causa popular. La metodología de investigación se deriva de su "militancia", y así la teoría y la práctica de investigación guardan estrecha relación.

-La metodología de investigación es inseparable de los grupos sociales con los cuales el investigador trabaja. La metodología debe considerar las "características" de los grupos sociales y adaptarse a ellos y no el proceso inverso.

-La metodología de investigación depende, en gran parte, de la estrategia global de cambio social.

En la práctica todo esto implica,

1.- Que los trabajos de investigación alternativa se conciben con los sectores o grupos claves de base y sus medios de comunicación "paralelos".

2.- Que la producción investigativa y técnica se dirige primeramente a los sectores de clase popular y en sus propios términos, es decir, escrita con ellos

3.- Que se requieren formas adecuadas de comunicación de los resultados, estableciendo un lenguaje mucho más claro y honesto que el acostumbrado en los ámbitos académicos e intelectuales.

4.- El método de investigación es el de la permanente correspondencia entre la práctica y la teoría. Es bueno indicar también, que el objetivo central del trabajo de investigación alternativo debe estar orientado a contribuir al proceso de toma de conciencia de los efectos que están produciendo los grandes medios y a la organización y reformulación de los medios alternativos que les sean propios.

III.3.2.- Programa General de Trabajo

-Realizar un diagnóstico lo más profundo posible de la comunidad elegida como objeto de investigación y análisis de su ubicación dentro de la problemática social, económica, política etc. Esta etapa primera requiere obtener información del lugar (objeto de investigación y de inserción investigativa) a través de diversos medios como recortes de prensa, entrevistas, informes, estudios del lugar, etc. También requiere una inspección o reconocimiento inicial y con este "reconocimiento inicial" intentar un análisis primario y provisional de las características culturales y comunicacionales de la comunidad o grupo popular.

-Partiendo de ese diagnóstico, identificar inmediatamente un grupo de problemas sobre co-

municación. La identificación de los problemas que sobre comunicación se de en la comunidad o grupo popular, no se elabora como un hecho aislado de su contexto político, económico, social y cultural. Detectar también efectos de los mensajes de los grandes medios que allí llegan.

-Determinar el conjunto de indicadores comunicacionales fundamentales que servirán para guiar el análisis y la búsqueda de aquellos grupos marginales o incomunicados de los grandes medios.

-Desarrollar y promover formas propias de comunicación que se dan dentro de dichos grupos marginales o populares.

III.3.3.- El Diagnóstico Comunicacional

-El "grupo marginal" dentro de la totalidad de la comunidad o la comunidad dentro de la totalidad de la sociedad.

-El "grupo marginal" enfocado como totalidad de investigación. O la comunidad, en relación a la sociedad, como totalidad de investigación.

Estos presupuestos nos conducen:

- Tarea crítica y permanente
- Desarrollo de la percepción crítica a nivel popular
- Diseño de propuestas de planificación alternativa
- Nuevos modelos de organización de empresas comunicacionales
- Nuevos modelos operativos de comunicación popular
- Evaluación crítica de experiencias
- Articulación de las experiencias para el cambio social
- Nueva función del investigador orgánico o militante.

