

Medios, Manipulación y Poder

(Presentación del libro

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política)

Fabiana Arencibia, Martín Echenbaum,
Carlos Rodríguez Esperón, Adrián Ruiz, Natalia Vinelli



Medios, Manipulación y Poder

(Presentación del libro)

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política

Fabiana Arencibia, Martín Echenbaum,

Carlos Rodríguez Esperón, Adrián Ruiz, Natalia Vinelli

CENTRO CULTURAL DE LA COOPERACIÓN FLOREAL GORINI
EDICIONES DEL INSTITUTO MOVILIZADOR DE FONDOS COOPERATIVOS

Av. Corrientes 1543

C1042AAB Ciudad de Buenos Aires, Argentina

Tel. (5411) 5077-8000

<http://www.centrocultural.coop>

e-mail: uninfo@cculturalcoop.org.ar

Director Fundador: Floreal Gorini

Director: Profesor Juan Carlos Junio

Consejo editorial: Mario José Grabivker (coordinador) / Daniel Campione
Ana María Ramb / José Luis Bournasell / Jorge Testero
Julio C. Gambina / Horacio López

Ilustración de tapa: Cecilia Mastropasqua

© Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos

Todos los derechos reservados.

Esta publicación puede ser reproducida gráficamente hasta 1000 palabras, citando la fuente. No puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, ni registrada en, ni transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro, sin permiso previo por escrito de la editorial.

ISSN: 1666-8405

Índice general

Presentación. Adrián Ruiz	7
¿Qué es lo alternativo? Fabiana Arencibia	9
Las potencialidades de la red. Martín Echenbaum	13
Manipulación y contrainformación Natalia Vinelli	17
Tres ejes de análisis. Carlos Rodríguez Esperón	21
Freddy Balzán: Venezuela contra la guerra mediática	25
Para organizar las respuestas: comunicación alternativa, contrainformación y transformación social. Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli	27
Bibliografía	37

PRESENTACIÓN

Adrián Ruiz

El 7 de junio de 1810 Mariano Moreno publicaba *La Gaceta de Buenos Aires*, el periódico de los revolucionarios de Mayo. Los periodistas en la Argentina recordamos esa fundación como una de las primeras experiencias donde un movimiento revolucionario construyó sus propios medios de comunicación para difundir sus ideas de libertad e independencia. Desde entonces, el 7 de junio conmemoramos en este país el Día del Periodista.

En ese marco, el Departamento de Comunicación del Centro Cultural de la Cooperación organizó una charla debate sobre «Medios, manipulación y poder», actividad que contó con la presencia de Freddy Balzán, embajador de la República Bolivariana de Venezuela, y donde presentamos el libro *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, cuyos compiladores, Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón, participaron de la mesa. Junto a ellos nos acompañaron Fabiana Arencibia, periodista de la Red Eco Alternativo, y Martín Echenbaum, de la Agencia ConoSur.

Para nosotros fue un honor que el Señor Embajador estuviera presente. Lo invitamos especialmente y él accedió a venir en su doble condición de periodista y revolucionario. Balzán es activo partícipe del proceso bolivariano y como periodista fue editor del diario *Barricada*, órgano oficial del Frente Sandinista de Liberación Nacional (1988/89); director de la revista bilingüe *Soberanía*, del Tribunal Antiimperialista de Nuestra América (1983/88); cofundador de la Agencia Internacional de Noticias *Prensa Latina* (Caracas, 1972) y presidente del Tribunal Disciplinario del Colegio Nacional de Periodistas en Caracas (1996/98). Sobre su disertación, incluimos al final de este material una reseña periodística.

Por otra parte, no queremos dejar de señalar que los temas que los panelistas expusieron a lo largo de aquella jornada son de vital importancia para la reflexión acerca del rol que juegan los medios en la toma de decisiones políticas y económicas. Un ejemplo es, justamente, Venezuela, donde la acción desembozada de las empresas periodísticas contra Hugo Chávez pone sobre el tapete la discusión sobre los mecanismos de manipulación que practican los medios de comunicación comerciales. Esperamos entonces que estas notas puedan aportar al debate y colaborar, por tanto, para la construcción de periódicos, páginas, radios, video y televisiones puestas al servicio de la transformación social.

¿QUÉ ES LO ALTERNATIVO?

Fabiana Arencibia

Metiéndonos ya en *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, los compiladores trabajan en su artículo tres premisas sobre las cuales desarrollan una cantidad de conceptos vinculados a qué significa ser periodistas alternativos, qué es la comunicación alternativa. Ellos dicen que las tres premisas desde las cuales se debe reflexionar acerca de la contrainformación, se basan en que *el periodismo alternativo vive en constante enfrentamiento*. Enfrentamiento no solamente con el discurso de los grandes medios sino directamente con el poder del cual los grandes medios son parte integrante. Ya no estamos hablando de que el periodismo es el primer poder, el segundo o el cuarto, el quinto o el décimo. El periodismo y las megacorporaciones son parte del poder que sostiene este sistema.

Ellos hablan también de la *equivocada idea que se difunde acerca de la independencia del periodismo*; nosotros somos periodistas dependientes, nosotros somos periodistas subjetivos porque estamos viendo la realidad desde nuestra óptica ideológica y política, con lo cual la independencia es un concepto falaz que se utiliza para escudar detrás a los intereses económicos y políticos que defienden los grandes medios de comunicación.

Y ellos hablan, los autores, de que tenemos que reconocer que *la manipulación en el periodismo alternativo también existe*. Existe desde el momento en que nosotros observamos un hecho, somos parte de una realidad, y la contamos de acuerdo a nuestra propia óptica de la realidad social y política, con lo cual nosotros manipulamos. Por supuesto que la manipulación es con un objetivo y en un sentido diferente y para apostar a otro proyecto, que es un proyecto de cambio.

Estos tres conceptos que definen al periodismo alternativo están asentados sobre el tema del poder. Dicen en el libro: «No se trata de pensar los medios contrainformacionales como espacios mediocéntricos o de autorrealización comunicativa, sino como herramientas destinadas a hacer algún tipo de aporte dentro de un proyecto de cambio social. Prácticas que, además de dar una batalla discursiva, se alistan en el combate contra las instituciones dominantes, que son las que a su vez imponen determinado tipo de relaciones comunicativas. Y por supuesto, estas prácticas no crean el proyecto de cambio, en el sentido de reemplazar a la organización político social, sino que lo acompañan efectivamente».

Con relación a este concepto, el de periodismo alternativo, ustedes podrán encontrar una gran cantidad de experiencias de distintos proyectos de medios alternativos que se desarrollan en el libro, que se cuentan a sí mismos, como dicen los autores. Hay, a mi entender, una coincidencia en cuanto a la definición que se dan esas experiencias a sí mismas de por qué se consideran alternativas o de contrainformación; y es que todas se autodefinen como experiencias vinculadas a un proyecto de cambio o de transformación social. Eso es prácticamente un común denominador entre todas las experiencias que se cuentan.

¿Qué tipo de vinculación tenemos los periodistas alternativos, las experiencias que se cuentan aquí y otras tantas que no están, con ese proyecto de transformación social o de cambio social? Algunos proyectos tienen una vinculación orgánica con

los movimientos sociales, siendo prensa de esos movimientos o el ejemplo de la prensa partidaria de los partidos de izquierda. Otro tipo de experiencias tienen una vinculación de tipo no orgánica en la que las herramientas y técnicas que usan en su trabajo periodístico pueden ser apropiadas por esos movimientos o esas organizaciones para mejorar su comunicación (tanto dentro del movimiento como para comunicar hacia la sociedad cómo es el movimiento o la organización), y tienen una vinculación en la que la relación política forma parte del debate y del esfuerzo que hacen esas experiencias para construir un proyecto de cambio social.

Con esto quiero decir que, desde mi punto de vista y en todo caso como elemento para reflexionar, no solamente las experiencias de periodismo alternativo vinculadas orgánicamente a partidos o movimientos desarrollan esta experiencia de periodismo alternativo; sino que hay experiencias que sin tener una vinculación directa apuestan, desde su labor periodística, a la construcción de un espacio y un proyecto de cambio social.

Cuando hablamos de periodismo alternativo, y yo trato de hacer eso, siempre tratamos de ser bastante autocríticos. Nosotros tenemos una gran cantidad de limitaciones en el desarrollo de nuestro trabajo, que son propias y que también son de la sociedad en sí. Muchas organizaciones, pasando por partidos o llegando hasta el fenómeno de las asambleas populares, no ven el tema de la comunicación como parte de los proyectos de desarrollo que están haciendo, parte de su labor, de su tarea para lograr cambiar esta sociedad. No lo ven como una cuestión estratégica dentro de su tarea cotidiana, y en esto existen responsabilidades compartidas, nuestras y de estas organizaciones. Por nuestro lado nosotros llegamos a un espacio reducido con nuestro mensaje, que es el espacio de lo que es más activo, el espacio de lo que llamamos la militancia, hablando de militancia no solamente en el sentido partidario sino de toda militancia que se hace en los distintos movimientos, organizaciones, sociales, movimientos culturales, etc.

Y por otro lado, desde el periodismo alternativo tenemos un grado de desarticulación. No tenemos como periodistas alternativos un proyecto común, un proyecto de comunicación o de periodismo popular que nos pueda contener. Esto nos da la debilidad que tenemos frente a las megacorporaciones. Y no hablamos ya de grandes medios o de multimedios, porque los multimedios se han transformado en grandes megacorporaciones que tienen una cantidad de negocios no solo vinculados a lo periodístico. Están metidos en el negocio de la publicidad, en el negocio de los entretenimientos, en el negocio del petróleo, en el negocio de la medicina prepaga, en el negocio de los deportes, con lo cual esto nos da una visión de que nuestro trabajo de periodismo alternativo es en un sentido enfrentarnos no ya a multimedios sino a megacorporaciones con un poder económico y político mucho más grande de lo que fue en el inicio la constitución de los multimedios.

Una pregunta sería si es posible construir un proyecto alternativo desde este «espacio de la comunicación» si no existe un proyecto alternativo único en lo político. O sea, ¿nosotros nos podemos plantear tener un proyecto alternativo como periodistas si no se visualiza con claridad y con una importante incidencia un proyecto alternativo en lo político? Responder esto desde nosotros como periodistas sería darle una visión parcial porque nuestra desigual relación de fuerzas con las megacorporaciones no es un problema de los periodistas. Es un

problema político. Nosotros somos parte del campo popular, no estamos ajenos a la fragmentación que él tiene, con lo cual la respuesta que nosotros podemos dar es una respuesta desde lo político, no desde lo periodístico, porque eso rebasa nuestra actividad como periodistas.

En esta línea de reflexión quiero decir algunas cosas, para ir cerrando, sobre el problema de la masividad. Y me pregunto si ser alternativos es sinónimo de ser marginales, y si es posible ser masivos siendo alternativos y si no somos masivos porque somos alternativos. Yo creo que no es posible ser masivos si la lucha popular no lo es. Pueden existir momentos en que el periodismo alternativo logre un cierto grado de masividad, como ocurrió en los sucesos del 19 y 20 de 2001. Pero eso coincide justamente con un alto grado de participación, con un alto grado de salida del pueblo a la calle, donde él puede visualizar con sus propios ojos qué es lo que está pasando y no construirse una realidad a partir de lo que ve en la televisión o con lo que leer en los diarios si, con suerte, los puede comprar.

Incluso, viendo el caso de Venezuela en que la lucha de clases se plantea con tanta virulencia, Chávez y el Movimiento V República tienen un masivo apoyo popular y sin embargo los grandes medios vinculados a la oligarquía venezolana y al imperialismo norteamericano, siguen trabajando sobre la conciencia e imponiéndose en gran parte de la opinión pública de ese país e internacional. Esto a pesar del gran papel que están jugando en Venezuela los distintos medios alternativos; inclusive hace poco tiempo hubo una movida de hacer un apagón de televisión como una herramienta de boicot a las grandes cadenas de televisión vinculadas a la oposición en Venezuela.

Entonces es posible pensar en nuestra masividad, pero desde el ángulo de ir articulándonos. Nosotros podemos llegar a incidir o a tener cierto peso en lo que se denomina «la opinión pública» si logramos hacer frente al desafío de lograr un grado de articulación entre los distintos proyectos que hacemos contrainformación o periodismo alternativo. Un mismo mensaje, una misma información que nosotros logremos producir en forma colectiva, lanzada desde los distintos medios al mismo tiempo, por los distintos canales, a través de distintos soportes, de televisiones comunitarias, de radios alternativas, de páginas web, de boletines electrónicos, de periódicos barriales, de revistas alternativas, a través de ese trabajo, inclusive retomando formas que se han abandonado en la comunicación, como ser las pintadas callejeras, los volantes; un mismo mensaje difundido en forma articulada por la cantidad de experiencias y de proyectos de medios alternativos que existen hoy en Argentina puede llegar a lograr lo que yo denomino la «masividad descentralizada»; no así el concepto de masividad que es el que nos imponen desde el mensaje del poder, que es que tenemos que tener la tirada que tiene Clarín o que tiene Página 12 o la incidencia que tienen los canales de aire o cable. Con lo cual yo creo que es posible lograr un cierto grado de masividad siendo alternativos en tanto y en cuanto tomemos el desafío de poder articularnos y de armar en colectivo un proyecto de comunicación diferente que es el que nosotros llamamos alternativo.

El planteo, para terminar, es el de pasar de la resistencia, de responder a hechos que se nos presentan ya como consumados, a plantearse la necesidad de avanzar en este tipo de construcción. Según este libro, todos los proyectos que aquí están

contándose, coincidimos en nuestra definición de por qué somos alternativos. Alternativos como un concepto político, somos una herramienta más en la lucha política, somos una herramienta más en la batalla de ideas, con lo cual el desafío está planteado y dependerá de nosotros, los que nos autodefinimos como alternativos en este libro, poder hacer frente a él.

LAS POTENCIALIDADES DE LA RED

Martín Echenbaum

En primer lugar me gustaría contar qué es ConoSur, un proyecto de comunicación alternativa de estudiantes y algunos afortunados egresados de la carrera de comunicación de la UBA. Empezamos a desarrollar el proyecto después del 19 y 20 de diciembre del 2001, en ese momento de efervescencia. Trabajamos principalmente desde Internet, enviando informes semanales y a través de la página, www.proyectoconosur.com.ar Trabajamos también y sobre todo en talleres de contrainformación y comunicación alternativa o de comunicación en los barrios, en centros culturales, con asambleas, con movimientos piqueteros, y trabajamos también en investigación en algunas cuestiones de la comunicación que nos parecen interesantes.

En lo que tiene que ver con la investigación tuvimos la oportunidad de hacer un trabajo para este libro, *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, un trabajo sobre contrainformación en Internet; a partir de distintas experiencias queríamos establecer cierto análisis para ver las potencialidades de la comunicación alternativa en Internet, los beneficios y también las desventajas que tiene este soporte y la comunicación alternativa en general para desarrollarse. Partimos de pensar la comunicación alternativa desde lo que Margarita Graziano, una investigadora argentina, propone como una perspectiva totalizante, y tiene que ver con lo que anteriormente decía Fabiana de pensar la comunicación alternativa desde un proyecto político de transformación. Y pensamos que Internet es un soporte por lo menos interesante para trabajar, muchas veces no es el soporte que uno elige sino el soporte que uno debe usar porque es el más barato para trabajar, siendo muy cara la impresión, la radio o la televisión. Internet tiene sus beneficios al permitir bajos costos, al permitir que se descentralice de alguna manera la producción, cada uno puede producir, en ese sentido pueden aparecer muchas voces.

Obviamente también hay una restricción muy fuerte con Internet, que es que la mayoría de la población del mundo directamente no está conectada con Internet. Ese es un punto de partida bastante fuerte, pero como todo soporte tiene sus ventajas y desventajas, por eso más allá del soporte lo que nos interesa es establecer ciertas discusiones que atraviesan a todos los soportes más allá que sea Internet, la prensa gráfica, la radio o la televisión. Nos parece que hay discusiones que las atraviesan.

Tenemos debates me parece bastante importantes dentro del campo de la comunicación alternativa, discusiones internas de organización acerca de cómo podría desarrollarse un proyecto de comunicación alternativa, es algo que nos preguntamos todo el tiempo. En general sintonizamos bastante con lo que son las formas de organización de los movimientos sociales que vienen surgiendo en los últimos tiempos, organizaciones más de tipo asambleario que tienen en general hacia una horizontalización de sus decisiones, que discuten, que discutimos, y que de ahí elaboramos y tenemos en cuenta decisiones colectivas. Y que justamente discutimos todo el tiempo y eso a veces es bueno y a veces es malo.

Y tenemos discusiones sobre si somos alternativos o si nos llamamos alternativos pero en realidad no lo somos, y en general las discusiones tienen que ver sobre todo con algo de lo que mencionaba Fabiana recién con respecto al crecimiento de los medios alternativos, que tiene que ver con lo que pensamos que es la construcción diaria de la comunicación alternativa, el día a día, más allá de que pueda haber saltos cualitativos como fue el 19 y 20 de diciembre. Después del 19 y 20 mucha gente, como nosotros, comenzó a participar en un proyecto o empezó a intentar buscar otras fuentes de información distintas de las comunes, pero más allá de los momentos excepcionales nos parece interesante pensar en la construcción diaria de la comunicación alternativa, por eso ConoSur se llama proyecto, porque para nosotros sigue siendo un proyecto de comunicación alternativa y su construcción.

La cuestión del crecimiento tiene que ver con este problema: los medios alternativos llegan siempre a un determinado círculo de militantes, de activistas, de los que ya saben qué pasa y ya están convencidos, así que mucho sentido no tendría la comunicación alternativa porque ellos ya lo saben. En este sentido, a nosotros nos parece que una de nuestras tareas tiene que ser resignificar muchas de las nociones que nos aparecen como naturales. Esta cuestión de pensar que tenemos que ampliar ese círculo de receptores, en realidad, ¿tenemos que ser masivos?, pregunto. ¿Tenemos que llegar a receptores o tenemos que pensar más en términos de productores que de receptores? Pensamos todos como productores de comunicación. ¿Tenemos que pensar en términos de audiencias o tenemos que pensarnos como productores, otra vez?

Desde las concepciones naturales y naturalizadas es muy difícil generar otras prácticas de comunicación. Desde nuestra visión, nuestros proyectos, el día a día, antes que pensar en la sumatoria de escuchas o de receptores, que podrían ser interesantes para un momento determinado, pero pensamos que el trabajo diario, sistemático, continuo, tendría que ser más vinculado a una transformación más cualitativa de todos nosotros como productores de noticias o de comunicación o de información o lo que sea. Por eso nos interesa vincularnos a los movimientos sociales y a otros proyectos de comunicación alternativa que trabajan justamente para transformar las relaciones sociales; ése es el proyecto de cambio.

Más allá de un círculo de activistas entonces, a nosotros nos encantaría desde la comunicación alternativa crear muchos círculos, muchos espacios, miles de espacios de comunicación alternativa, fomentar millones de espacios de comunicación alternativa. Nos parece que en ese sentido no crece un proyecto sino la comunicación alternativa en general. El problema que tiene eso es que uno pierde el control y es un desafío interesante. Me parece que justamente el desafío de la comunicación alternativa es crear cosas, crear proyectos, espacios, dar herramientas y perder el control, soltar lo que uno crea, dejar que las voces se multipliquen y que uno no se siente a poner su autoridad o su saber atentando o acallando o corrigiendo sino dejando expresar.

Por eso nos interesa mucho el tema de talleres, porque quizá nuestro rol, sea ese, dar herramientas para que muchos otros puedan participar, puedan producir, puedan participar de la comunicación que es un derecho humano de todos nosotros.

Entonces el desafío es ese y para nosotros tiene que ver con los movimientos sociales; estamos participando de un espacio que se llama Defensorías Populares Autónomas, que es un espacio de distintos movimientos sociales que trabajan sobre el eje de los derechos humanos en un sentido amplio, sobre todo con casos de represión, gatillo fácil y la tierra, y es un espacio que nos parece muy interesante porque participan muchos movimientos sociales importantes del país como el Mocase, los MTD del Movimiento Aníbal Verón, otros movimientos piqueteros, organismos de derechos humanos. Y nos parece una oportunidad interesante para aportar desde la comunicación, con los talleres, en un espacio donde se puedan articular los proyectos de comunicación alternativa. Nos parece un lugar interesante, como también el Foro de Medios Alternativos, en el que también participamos.

Por último me gustaría profundizar acerca de los talleres. Nosotros lo que pensamos desde ahí es que tenemos ciertas herramientas que es necesario compartir, al tiempo que otros nos brindan su experiencia y herramientas propias. Con los talleres intentamos generar reflexiones y prácticas que tiendan al desarrollo de un pensamiento crítico, intentar que los participantes puedan producir modelos originales y creativos y no meramente reproducir modelos masivos. Trabajamos los conceptos de representación y estereotipo, de identidad, pensada como construcción social e histórica y siempre relacional.

Comenzamos a desarrollar los talleres a partir de marzo del año 2002, esas primeras experiencias se caracterizaron por llevar adelante propuestas de jornadas de un encuentro en diversos espacios donde se estuvieran gestando procesos de organización social y territorial. Así, realizamos varios talleres sobre comunicación con distintas Asambleas Barriales de la ciudad de Buenos Aires. Ya para el 2003, comenzamos a dar talleres de mayor duración, tanto en movimientos como en algunos espacios más institucionales, como la Universidad de Buenos Aires.

Además, y con la idea de fortalecer vínculos de largo alcance, es que pensamos la implementación de los talleres de corresponsales barriales, que venimos desarrollando con asambleas populares de capital y con movimientos piqueteros en el conurbano bonaerense. Sobre todo con compañeros de base los movimientos piqueteros, con quienes venimos desarrollando un trabajo ininterrumpido a lo largo del último año. Concebimos al corresponsal de barrio como un integrante activo de un movimiento, un vecino del barrio, que es capaz de transmitir sus vivencias cotidianas para colaborar en el proceso de inserción territorial del movimiento, y en la generación del consenso necesario para conseguir un apoyo activo de sus medidas de lucha.

Nuestra apuesta a los talleres tiene que ver con una apuesta en el sentido de lo que decía anteriormente, al desarrollo autónomo de espacios de comunicación alternativa... parece un camino más difícil y arduo que la creación de grandes medios alternativos que puedan llegar a competir con los grandes medios de comunicación, que repitan las lógicas y modos de los medios hegemónicos. Nos parece que no habría que optar por una cosa o la otra, pero sí pensar que es algo un poco más dialéctico, y desde ese lado las ideas de los corresponsales populares, los corresponsales barriales, de los talleres, las carteleras y las discusiones perma-

nentes nos parecen un camino bastante interesante, que por supuesto no es recto sino que tiene bastantes idas y venidas y contradicciones, como todos nuestros proyectos, pero bueno, es un camino interesante para recorrer. Muchas gracias.

MANIPULACIÓN Y CONTRAINFORMACIÓN

Natalia Vinelli

Mientras escuchaba las intervenciones de Fabiana y de Martín me quedé pensando en la vinculación de dos conceptos: por un lado el concepto de contrainformación, que es el que nosotros manejamos en el libro, y por el otro lado el concepto de manipulación, esa palabra que suena tan «antigua» pero que nosotros proponemos que hay que traerla otra vez al presente.

Nosotros pensamos que contrainformación y manipulación son dos conceptos que están muy ligados entre sí, ya sea porque la contrainformación de la información oficial nos sirve para desalienar al individuo o bien porque también la contrainformación nos sirve para develar las trampas ideológicas ocultas en los mensajes de los medios masivos. O bien como decía Fabiana al principio, por esta cuestión que nosotros señalamos en nuestro artículo en el libro sobre la manipulación positiva. Es decir, asumimos que somos parte de un proyecto de cambio y no decimos que somos independientes, decimos que somos una herramienta de comunicación de tal proyecto de cambio. Un ejemplo de esto es el caso de Venezuela. Me parece que el papel de los medios masivos en el intento de golpe de estado fue absolutamente desembozado. Y claro, podríamos preguntarnos cómo nos enteramos, por ejemplo, de esta manipulación de los medios comerciales venezolanos y este rol desestabilizador y progolpista si los medios nacionales, argentinos, repetían la misma historia que las empresas desinformativas venezolanas.

¿Cómo nos enteramos? Nos enteramos, por ejemplo, a través de una película que se llama *La revolución no será trasmitada*, que acá en Argentina circuló de mano en mano, porque no es una película que haya tenido una difusión comercial y masiva importante. Y sin embargo vaya que circuló. Y allí nos enteramos de un montón de cosas que habían sucedido en torno al intento de golpe que acá no conocíamos; pero no conocíamos porque evidentemente los medios nacionales estaban tomando la información de los mismos medios venezolanos, con lo cual el circuito se seguía repitiendo y nosotros seguíamos teniendo en los diarios el discurso manipulador que presentaba a Hugo Chávez como un dictador, como un golpista y qué casualidad, resultó que toda la oligarquía venezolana, los Estados Unidos, la gusanera de Miami estaban detrás del intento de golpe estado contra el «dictador Chávez». Entonces evidentemente ahí había una parte de la historia que no nos habían contado.

Como contrapartida de esto que estoy señalando, porque ahí hay un ejemplo de manipulación, está esa película donde nosotros pudimos ver cómo periodistas que acá podrían ser Mariano Grondona o Hadad se reunían en emisiones especiales a festejar anticipadamente el golpe mientras relataban qué mecanismos propagandísticos habían puesto en marcha para llegar a esa instancia y cómo las supuestas «fuerzas democráticas» iban avanzando sobre el Palacio de Miraflores. Después nos ponemos más contentos nosotros porque la película nos muestra la respuesta de la gente y cómo finalmente los golpistas salen huyendo del Palacio. Pero hablaba de una contrapartida también porque, así como se pudo hacer esta película por canales alternativos, en este caso se trataba de periodistas alternativos irlandeses, también hicieron un gran aporte muchísimos medios alternativos

de Venezuela, medios que son apoyados por el Estado Bolivariano. Me parece que esto es interesante porque por un lado estos medios se asumen como parte de un proyecto de cambio, en este caso el proceso bolivariano, por otro lado son un espacio de organización popular y finalmente son una herramienta en manos de las mayorías sociales. Con esto quiero decir que existe indudablemente una ligazón entre estos dos conceptos, manipulación y contrainformación, y además son conceptos de enorme vigencia, porque esto no pasó hace 30 años, pasó hace muy poco y sigue sucediendo todos los días.

¿Por qué insisto con esta cuestión de la vigencia? Insisto porque tanto contrainformación como manipulación son conceptos que la academia casi que echó al basurero curricular, dejándolos de lado por estar «pasados de moda», por pertenecer a un universo teórico de décadas atrás donde se consideraba al receptor como un sujeto pasivo, alienado...; muy avergonzados por haber sostenido la idea de este receptor manipulado en años '60 y '70, muchos de los investigadores del campo abandonaron por completo el concepto de manipulación. Y por el lado de la contrainformación, claro, las universidades no forman para los medios alternativos. Es casi una perogrullada pero es la verdad; a nosotros nos forman para que soñemos con entrar a *Clarín* y cuando después la abrumadora mayoría no puede entrar a *Clarín* ni a ningún otro medio sentimos el fracaso de no haber podido cumplir con ese sueño, porque en última instancia la formación en general, salvo honrosas excepciones (que las hay, por supuesto) va en ese camino.

Y digo qué interesante, porque justo manipulación, este concepto olvidado, es un concepto que se va olvidando de manera proporcionalmente directa al crecimiento del poder mediático. No podemos olvidarnos que a mediados de los '90 se forman los grandes multimédios y al mismo tiempo la academia profundiza algunas de las revisiones de los '80 y empieza a hablar de un receptor libre, que no es para nada manipulado, que puede hacer malabares con los mensajes de los medios, que puede resignificar, que puede resemantizar al mismo tiempo que la educación pública llega a un punto tan profundo de crisis que hoy, a 10 años de la Ley Federal de Educación, estamos viendo con mayor claridad. Los chicos que hoy están queriendo ingresar en la universidad y que no pueden entrar porque son permanentemente «bochados», no son justamente los que han tenido menos oportunidades; son en general los que han tenido alguna oportunidad de estudiar y aún así no pueden entrar en la universidad por la mala formación que tuvieron. Imaginémos la gran mayoría de los chicos, que no pudieron estudiar y que tampoco pueden trabajar porque no hay trabajo, cuál es la competencia o las herramientas con que pueden contar para hacer malabares con los discursos de los medios.

Sólo quiero señalar esto; por ahora no vamos a profundizar mucho más en este punto porque Carlos Rodríguez Esperón lo va a profundizar después, va a meterse más en ese tema. En cambio lo que sí me interesa destacar un poco más es que, frente a esta situación, mientras la izquierda tradicional muchas veces ha tenido reparos en pensar estos conceptos la derecha avanza sin ningún problema. No le da vergüenza hablar de manipulación y no le da vergüenza avanzar sobre los medios alternativos, no con particular virulencia sino con la misma virulencia con que lo hace contra los distintos sectores del campo popular.

Un ejemplo es lo que cuenta Sebastián Hacher, periodista de Indymedia, sobre la cobertura del juicio Benetton, un juicio arreglado, contra la familia mapuche que Benetton expulsó de sus tierras: la empresa italiana había contratado una agencia, una consultora cuya tarea estaba destinada a contrarrestar la serie de informaciones que circulaban sobre el caso a través de Internet y que denunciaban la situación de los mapuches y los acuerdos entre Benetton y el poder judicial y político y claro, pensemos que se trata de una compañía cuya imagen hace eje en la no discriminación... Es llamativo, porque cuando estamos escribiendo sobre estos temas en general no pensamos que del otro lado va a haber una reacción de este tipo, pero sí la hay.

Otros ejemplos podrían ser la detención de periodistas, como en el caso de Salta, las amenazas a los periodistas de los medios alternativos, que se vienen a sumar a una serie de atropellos contra los sectores que pelean por el cambio social. Y por el otro lado, por el lado de la manipulación, con Carlos nos divertíamos mucho cuando pensábamos el artículo, porque en una revista empresaria se publicitaba, con un gran destacado, un postgrado en comunicaciones persuasivas... Sería muy gracioso si no tuviéramos que enfrentarnos con esta campaña antipiquetera tan desembozada por estos días. Ellos no tienen ningún tipo de problema en asumir el término: no dan vueltas, los que damos vueltas somos nosotros.

Otros ejemplos acerca de la manipulación ejercida en un momento clave, no creo que nadie se haya olvidado del 26 de junio del 2002, en esos tres días donde los medios escondieron las fotos que mostraban los asesinatos de Darío Santillán y Maximiliano Kosteki en el Puente Pueyrredón. *Clarín* en su tapa publica una foto borrosa con el título «La crisis se cobró dos muertos». Esa foto era parte de una serie donde sí estaba claramente la secuencia del asesinato de Darío por parte de las fuerzas represivas, cuando se acercaba a Maxi, en el suelo, para ayudarlo en la estación de Avellaneda. Y ésas no las publican hasta días después.

Quizá menos fuerte pero también para destacar es el ejemplo de las empresas de medicina prepaga, porque meses antes de los aumentos, idas y vueltas en los anuncios y finalmente los aumentos de las cuotas de los afiliados, se vino haciendo desde los medios masivos una gran campaña donde siempre aparecían las voces de los directivos de estas empresas diciendo que con la devaluación no podían seguir atendiendo con la misma calidad, que habían aumentado los valores de los descartables, los insumos y los medicamentos; es decir, preparando el piso para justificar los aumentos. Verlo todo junto nos muestra cómo se llega al aumento después, cómo se lo legitima, o sea que en principio hay que desconfiar de la insistencia.

Pero quisiera traer un último ejemplo, un ejemplo que, como los otros, da cuenta de la buena salud de que tienen las prácticas manipulatorias y que además deja ver un salto que nosotros percibimos pero que no alcanzamos a terminar de desarrollar en nuestro artículo: me refiero al salto que hay entre un medio que *representa los intereses de y manipula para* (yo soy representante de los sectores de poder y manipulo para mantener ese *status quo*, manipulo para instalar determinada política), y el hecho de que el mismo medio es un grupo de poder, no el cuarto poder sino parte del poder a secas. Por eso conviene resaltar el carácter de empresa capitalista de las empresas desinformativas. Me refiero a la forma de tratar el

escrache a Repsol YPF que un movimiento de desocupados llevó adelante en mayo de 2004.

Recordemos que durante esas semanas hubo muchas idas y venidas, discusiones y una supuesta pulseada por el tema de los aumentos de los precios del gas, el escrache de los sectores piqueteros y la demanda de la garrafa social. Me parece interesante porque más allá del hecho, lo que vimos es que aparece con muy alto perfil una asociación empresaria que el año anterior había tenido un perfil bajo, la Asociación de Empresarios Argentinos (AEA). Es para tomar nota esa asociación. Claro, cuando vemos las tapas de *Clarín* y *La Nación* titulando «Duro rechazo de los sectores empresarios a la violencia...» parecía más o menos que se había tirado un itakazo contra la fachada de Repsol y eran tres gomas prendidas fuego. Entonces nos preguntamos quiénes eran estos empresarios argentinos y qué sorpresa: la AEA se fundó en mayo de 2002, en plena crisis y muy poco después del 19 y 20 de diciembre, y la forman las 70 empresas más poderosas del país. Y de su directorio forma parte Héctor Magnetto, de *Clarín*, y *La Nación* es socio miembro. Entonces claro, era lógico que un comunicado de prensa de una institución, que generalmente no tiene tanto espacio, aparezca casi completo, destacado en el caso del diario de Mitre y en la tapa en el caso de *Clarín*. Y por supuesto en la AEA está Repsol, está el Citybank, está el BankBoston, el HSBC, está Techint, Pérez Companc, Telefónica, Loma Negra... Pero lo que me parece interesante ver a partir de esto es cómo la manipulación efectivamente está dada en función de los intereses internos al grupo económico específico. Esto, sumado a los pedidos de mano dura y represión, cierra todo un «combo».

Para terminar, dejo formuladas algunas preguntas: ¿Cómo puede ser que la manipulación esté ausente en las áreas de formación o se estudie sólo en partes de algunas pocas materias? ¿Cómo es posible que no sea tema de análisis? A nosotros nos parece necesario comenzar a estudiar estos procesos y, sobre todo, hacerlo de manera articulada con el concepto de contrainformación (de otro modo se tendería a la parálisis), para poder avanzar en estrategias que permitan contar con nuestras propias voces en esta batalla. Porque, como decía Simón Bolívar, la prensa es la artillería del pensamiento. Y cuando pensamos en la construcción de medios alternativos, estamos pensando en construir herramientas que aporten a ese proceso. Muchas gracias.

TRES EJES DE ANÁLISIS

Carlos Rodríguez Esperón

Para comenzar les propongo una especie de juego; supongamos por un minuto que esta mesa es en realidad la mesa de los candidatos a las próximas elecciones presidenciales y ustedes, futuros votantes, vienen a escuchar nuestras plataformas políticas. En este marco, vengo yo aquí y digo que en los próximos años voy a destruir la educación pública, voy a rematar todas las empresas del estado porque en realidad ya no ocupan ningún valor estratégico, ni el petróleo ni las comunicaciones, así que vamos a regalarlas; digo también que vamos a destruir todo el sistema de salud pública, digo que todo producto que pueda ser fabricado en nuestro país lo mandaremos a fabricar al exterior y luego pediremos préstamos para importarlos; digo que voy a elevar el índice de desocupación a los valores más altos de la historia de nuestro país y digo que esa es mi propuesta para que me voten.

Claro que pueden reírse y pensar que los estoy cargando, pero cuando uno piensa que alguien hizo esto durante diez años y contó con la aprobación de más de la mitad de la población argentina, sería casi cómico si no fuera la terrible tragedia que estamos viviendo, mucho más cuando uno observa que esta política criminal en la últimas elecciones, sumados todos los candidatos, obtuvo cerca del 30 por ciento de los votos. Estamos hablando de mucha, muchísima gente que sigue apoyando una política que es, por lo menos, totalmente autodestructiva. O sea, gran parte de la gente que termina votando esto, lo que está votando es su propio proceso de destrucción. Y acá llegamos a la pregunta del millón que tanto nos interesa: ¿cómo se logra que alguien vaya a una urna y en el momento que está solo y sin que nadie lo vea ponga el voto a aquella persona que le está asegurando que le va a destruir su vida? Que lo va a hambrear, que lo va a mandar a la calle, que no le va a permitir mandar a sus hijos a la escuela y que quizá, con mucha suerte, cuando su hijo crezca va a tener como horizonte Ezeiza para irse del país. Esto pasó y pasa en Argentina desde 1989.

En este punto, nosotros no queremos caer en una visión maniquea que deposite todo el mal en los medios de comunicación, pero lo que es seguro es que no queremos tampoco que los grandes conglomerados mediáticos eludan su responsabilidad en este tipo de situación que ha atravesado y atraviesa nuestro país, porque en general existen ciertos mecanismos por los cuales los grandes medios eluden su responsabilidad en este tipo de actos. De algo podemos estar totalmente seguros y es que sin la colaboración de los grandes medios de comunicación, el saqueo de los noventa hubiera sido mucho más difícil. Ustedes pueden leer la contratapa de nuestro libro, donde decimos que muchos periodistas que hoy se asumen como independientes y progresistas están día a día implorando que nadie vaya a ver las hojas de un diario viejo, para ver qué fue lo que escribieron en otro momento sobre estas políticas que hoy critican.

En este sentido, en nuestro artículo proponemos tres ejes de análisis que, por un lado, sirven para trabajar y analizar el lugar de los grandes medios de comunicación, y por otro, para pensar el lugar de la producción de contrainformación. El primero de estos ejes que nosotros proponemos es observar que la sociedad se estructura en relación al enfrentamiento, es decir, el antagonismo es un eje que

vertebra las relaciones sociales y nosotros seguimos sosteniendo que este enfrentamiento se resume en la noción de lucha de clases, sin por ello ignorar los cuestionamientos que en todos estos años ha recibido el concepto de clase. Implícitamente, esta idea conlleva la imposibilidad de escapar al enfrentamiento, ya que nadie puede estar fuera de la clase, con lo cual, y volviendo al terreno de los medios, la independencia periodística se configura como un problema que no se resuelve con apelaciones principistas a la responsabilidad de cada uno.

En esta perspectiva, ¿qué significa ser «periodista independiente»? Ser periodista independiente sería ubicarse fuera de la sociedad, fuera de las relaciones sociales, lo cual es absolutamente imposible, siempre se es dependiente política e ideológicamente de algún sector. No hay posibilidad de escapar a esto. Nosotros lo que decimos es que la independencia periodística es la *intrascendencia periodística*. Solamente existe independencia cuando los temas que se tratan son absolutamente intrascendentes. El problema pasa por definir qué es intrascendente en un mundo en el cual todas las dimensiones de la vida son objeto de mercantilización. Cuando venía hacia aquí pensaba, a modo casi de chiste, que un periodista podría decir «soy independiente y escribo sobre la inmortalidad del cangrejo», pero seguramente alguien va a plantear que si el cangrejo fuera inmortal, habría que ver cómo eso afecta a la industria pesquera, cómo afecta a la industria del congelado de pescados y qué va a pasar con la producción mundial de cangrejos que ya no se mueran. Entonces, seguramente, lo que vamos a terminar viendo es cuáles son los intereses del medio de comunicación en ese pequeño problema que uno a priori diría que es una estupidez: la inmortalidad del cangrejo. O sea, ¿quedan por fuera del conjunto de las relaciones sociales temas que no tengan un abordaje político?, ¿puede el periodismo plantearse seriamente ser objetivo e independiente? Nosotros lo que estamos diciendo es precisamente lo inverso: que, en el caso de la contrainformación, una de las definiciones centrales es el asumirse dependiente, «somos dependientes de un proyecto de cambio que está peleando por una sociedad más justa», y eso se pone en primer lugar. No escondernos detrás de una fachada de independencia cuando en realidad se está contribuyendo al desarrollo de una determinada política.

Hasta aquí tenemos dos ejes: primero hablamos del enfrentamiento y luego de esta idea falaz de independencia periodística. El tercero, como lo adelantó Natalia Vinelli, es el problema de la manipulación. Digo problema porque es muy difícil emplear un término que prácticamente fue expulsado del ámbito académico. Alrededor de la década del '80, se produce dentro de las ciencias sociales un cambio de paradigma, a partir del cual ciertos problemas, que hasta ese momento se pensaban en términos de dominación, pasan a trabajarse en términos de hegemonía. Uno de estos problemas es el de la recepción de los medios de comunicación. Bajo el paraguas conceptual de la dominación, el receptor es representado como una persona de capacidades limitadas frente al discurso de los medios, fácilmente manejable. El concepto de hegemonía deja un espacio abierto a un movimiento, por decirlo de alguna manera, más independiente del receptor con respecto a aquellos mensajes que recibe. Pero, como lo aclaró Natalia, qué grado de independencia real puede tener un receptor frente a los mensajes que recibe cuando las fuentes de información son cada vez menos diversificadas, cuando cada vez tiene

menos acceso a cualquier posibilidad de establecer la agenda de los medios. Tomemos como ejemplo el discurso de la inseguridad. Todos lo vemos, todos lo sufrimos cotidianamente, parece que nadie puede salir de su casa sin ser asaltado. Si nos quedamos con el discurso de los medios, este país se ha vuelto absolutamente invivible, todos corremos el riesgo de asomarnos a la puerta de calle a tomar mate con el vecino y vamos a ser mágicamente asaltados por el ladrón que seguramente va a aparecer en algún lado.

¿Qué pasa en una sociedad donde la gente no puede ni siquiera salir a tomar mate a la calle con el vecino, que económicamente ni siquiera puede tener acceso a Internet, que no puede consumir más de un diario?, sus fuentes de información se van centralizando y unificando cada vez más. Terminamos con una inmensa mayoría de gente que se vincula con el mundo a través de la pantalla del televisor y en general de un programa en particular, hecho que se relaciona con los hábitos de consumo. Entonces tenemos millones de personas en nuestro país solamente que se vinculan con el mundo a través de lo que ven en el programa de Susana Giménez, a través de lo que les dice Tinelli, a través de lo que les cuenta un noticiero.

Frente a esto, y desde el campo de la investigación crítica en comunicación, llevamos 30 años escuchando la negación de toda concepción manipulatoria, el receptor es una persona libre que tiene todas las competencias necesarias para manejar los mensajes, resemantizarlos, refuncionalizarlos. Por otra parte, la derecha no ha tenido ningún problema, históricamente, no sólo en seguir planteándolo, sino en seguir profundizando los estudios. Existe una corriente dentro de los estudios norteamericanos en comunicación que se conoce con el nombre de *agenda setting*. Esta corriente profundiza en el estudio acerca de cómo los grandes medios de comunicación de masas determinan las agendas. ¿Qué quiere decir esto? Hace algunos años leí una frase que me pareció que sintetizaba de una manera interesante esto: «quizás no podemos hacer que la gente piense lo que nosotros queremos que piense, pero sí podemos hacer que la gente hable de lo que nosotros queremos que hable». Esta frase sintetiza el tema de la imposición de la agenda, lo que aparece en la tapa de *Clarín* va a determinar cuál es el tema del día.

Este es uno de los problemas centrales de la contrainformación y en el libro está claramente expresado. Es una práctica muy común en muchos medios que se asumen como contrainformativos, la lectura del diario *Clarín* por la mañana, utilizándolo como principal fuente de información. Nosotros siempre decimos lo mismo, se puede leer al derecho, se puede leer al revés, lo pueden leer de atrás para adelante, de adelante para atrás o como quieran, pero siempre van a estar leyendo *Clarín*. Entonces, uno de los grandes problemas que tiene el desarrollo de la contrainformación es poder establecer una agenda propia.

Volviendo al tema de la manipulación, ésta tiene dos posibilidades de ser abordada: una es la manipulación en términos técnicos, la manipulación de los materiales, el proceso de producción de la información. Un tema que en general es muy estudiado pero no suficientemente criticado. Para dar un ejemplo, en general mucho más cercano a los hombres que a las mujeres, el fútbol los domingo por la noche. En *Fútbol de primera* nos dicen que vemos los partidos de fútbol, cuando en realidad lo que estamos viendo es lo que alguien decidió por nosotros que era lo importante de ese partido. Eso tiene que ver con el proceso de edición que hace

a la producción de la información, es el primer lugar donde se produce la generación de sentido, o sea, nosotros no tenemos ni siquiera, desde el otro lado de la pantalla, la capacidad de decidir qué nos gusta y qué no nos gusta, en todo caso podemos decir qué nos gusta y qué no sobre la elección que alguien antes hizo por nosotros.

La otra posibilidad de abordar el tema de la manipulación pasa por la manipulación de la persona en sí. Tema durísimo. En general cuando hablamos de estos temas se nos acusa de hacerlo desde un lugar de superioridad, como si los manipulados son los demás y no uno, cuando en realidad todos somos objeto de manipulación de los medios en tanto hoy día es muy difícil escapar a su influencia. El problema es cómo resolvemos esto. En el libro, de alguna manera, quedan abiertas dos posibilidades de trabajo para ver qué hacer con este problema de la manipulación. Una sin duda pasa, tomando las palabras de Fabiana, por generar redes de carácter masivo, con esta idea de masividad descentralizada, o sea, no incorporar ese discurso que define como masivo al medio que vende 1 millón de ejemplares. Con esta idea de articulación y formación de redes, se podría tranquilamente llegar a 1 millón de personas con una determinada cantidad de medios. Si sumamos la cantidad de medios que asumen su trabajo como alternativo en la totalidad del país, nos vamos a encontrar que llegan a más de 1 millón de personas. El problema pasa por articular esas experiencias, no porque cada una compita entre sí para ver quien llega más lejos.

En este sentido nosotros creemos que nuestro libro es un ejemplo de eso, no todas las experiencias que se abordan en él coinciden plenamente en todos sus postulados, en lo que sí coinciden todas las experiencias es en la necesidad de trabajar, por lo menos desde nuestros ámbitos, por construir una sociedad mejor, es decir, dejar de lado ciertas diferencias, trabajar sobre lo que nos une y poder de esta manera enfrentar esta situación. Y para finalizar quería recordar, en el día del periodista, que este libro es también un homenaje para todos aquellos que diariamente convierten la palabra en acción, acción por intentar alcanzar un mundo mejor. Gracias.

FREDDY BALZÁN: VENEZUELA CONTRA LA GUERRA MEDIÁTICA

Reseña a cargo del Departamento de Comunicación del CCC

«Simón Bolívar decía en 1818 que la prensa era la artillería del pensamiento y fundó el *Correo del Orinoco*. Desde entonces se celebra en nuestra patria, el 27 de junio, el día del periodista». Con estas palabras comenzó Freddy Balzán Morrell, embajador de la República Bolivariana de Venezuela, su disertación en el Centro Cultural de la Cooperación durante la presentación del libro *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*, de Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón. Durante casi una hora, Balzán se refirió a la brutal guerra mediática que viene sufriendo el gobierno popular de Hugo Chávez, repasó algunas de las «angustias de todos los que transitamos la prensa alternativa» y destacó la importancia de la Constitución Bolivariana que, «sin lugar a dudas, es la Constitución más avanzada de América Latina y del mundo».

Ese mismo día, una nota de opinión de Eduardo Aliverti sobre el día del periodista sostenía lo siguiente: «Un primer punto es recordar que la actividad periodística no está llamada a encabezar ningún cambio de fondo en ninguna parte, nunca. La historia está plagada de acontecimientos en los que el periodismo jugó un papel trascendental, pero siempre como producto de un clima social determinado cuyos aspectos fundantes son la conciencia de las masas, las luchas populares, los estados de eclosión, el hartazgo colectivo por situaciones puntuales o generales»¹. A partir de esta «afirmación polémica», al decir del Embajador, Balzán compartió con la audiencia su propia experiencia de trabajo en la Venezuela de los sesenta, cuando editaba con un grupo de compañeros de la Universidad la revista *En Marcha*, el órgano de difusión del Movimiento Izquierda Revolucionaria.

«Los compañeros nuestros que estaban en el frente guerrillero Ezequiel Zamora en el Estado Miranda, 100 kilómetros al este de Caracas, se sentían felices porque estábamos sacando un órgano de prensa alternativa, porque ningún medio de comunicación en Venezuela, ni *El Nacional*, ni *El Universal*, ni mucho menos los canales de televisión vinculados con los grandes canales transnacionales de la comunicación, podían estar jamás al servicio de grupos revolucionarios», expresó. Este rol de la comunicación popular tiene, en la actualidad, varios ejemplos. Pero la situación de guerra mediática que soporta Venezuela es, quizá, el que mejor lo ilustra: «Los medios alternativos efectivamente tenemos una responsabilidad como comunicadores sociales que creemos en un destino mejor (...) Del golpe de Estado fascista del 11 de abril de 2002, tenemos a disposición de ustedes la película *La revolución no será transmitida*. Ese material les permite saber a todos ustedes exactamente cómo se planificó el golpe de Estado. ¿Cómo pueden afirmar entonces que no ha habido violencia en el proceso que culminó este fin de semana con una convocatoria a un referendo revocatorio del mandato del Presidente de la República? ¿Quién aprobó y propuso en la Constitución Bolivariana el revocatorio del mandato que contempla el artículo 72, sino fue el propio Hugo Chávez Frías?», se preguntó.

1. Aliverti, Eduardo, «Día del periodista». En la edición del diario *Página/12* del 7 de junio de 2004.

En este sentido, Balzán señaló la responsabilidad de los medios de comunicación comerciales y su constante política desestabilizadora en contra del proceso bolivariano: «Es un martilleo permanente de burlas, de epítetos, de dictador, de intolerante, de autócrata... Hugo Chávez terminó diciéndonos que lo mejor que podemos hacer para enfrentar esta guerra comunicacional, que a veces no es fácil enfrentar, es que la gente venga a Venezuela, que la gente se reúna con los obreros, con los campesinos, con los estudiantes, con los trabajadores, con los empleados; que conozca la misión Rivas, que conozca el Plan Robinson y que la gente se pregunte qué son, porque no hay información en el exterior sobre lo que está ocurriendo en Venezuela desde el 6 de diciembre de 1998, cuando ganó Chávez». ¿Por qué quieren derrocar al gobierno democrático, constitucional, legítimo y popular de Chávez? Es en la Constitución Bolivariana donde, para el Embajador, está parte del secreto. Porque «a partir del momento en que fue aprobada esta Constitución Bolivariana se han comenzado a impulsar todos los planes que garanticen que nuestro pueblo sea el legítimo propietario de lo que antes nunca fue». Por eso, porque sin lugar a dudas se trata de «la Constitución más avanzada de América Latina y del mundo», Balzán leyó para los presentes el texto del preámbulo que, claramente, «define lo que es nuestro proceso bolivariano»:

El pueblo de Venezuela, en ejercicio de sus poderes creadores e invocando la protección de Dios, el ejemplo histórico de nuestro Libertador Simón Bolívar y el heroísmo y sacrificio de nuestros antepasados aborígenes y de los precursores y forjadores de una patria libre y soberana; con el fin supremo de refundar la República para establecer una sociedad democrática, participativa y protagónica, multiétnica y pluricultural en un Estado de justicia, federal y descentralizado, que consolide los valores de la libertad, la independencia, la paz, la solidaridad, el bien común, la integridad territorial, la convivencia y el imperio de la ley para esta y las futuras generaciones; asegure el derecho a la vida, al trabajo, a la cultura, a la educación, a la justicia social y a la igualdad sin discriminación ni subordinación alguna; promueva la cooperación pacífica entre las naciones e impulse y consolide la integración latinoamericana de acuerdo con el principio de no intervención y autodeterminación de los pueblos, la garantía universal e indivisible de los derechos humanos, la democratización de la sociedad internacional, el desarme nuclear, el equilibrio ecológico y los bienes jurídicos ambientales como patrimonio común e irrenunciable de la humanidad; en ejercicio de su poder originario representado por la Asamblea Nacional Constituyente mediante el voto libre y en referendo democrático, decreta la siguiente Constitución.

Tras esta lectura, Balzán concluyó que «todos estamos identificados con la construcción de una sociedad más justa, con la construcción de un mundo mejor». Y para cumplir con este sueño, dijo, «contamos con algo, y es con la solidaridad del pueblo argentino y del pueblo latinoamericano. Pensamos que el proyecto político, tal como se los leí en el preámbulo de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, es un proyecto que lucha efectivamente por la justicia social».

PARA ORGANIZAR LAS RESPUESTAS: COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, CONTRAINFORMACIÓN Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL¹

Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli

Uno de los fenómenos que es necesario analizar cuando debatimos acerca de la situación latinoamericana actual, es el de la conformación de las grandes empresas multimediáticas y su papel en la configuración de identidades y en la toma de decisiones políticas y económicas. El caso de Venezuela, donde la acción de los medios masivos contra el gobierno de Hugo Chávez es desembozada y abiertamente pro golpista; y el caso de nuestro país (basta encender el televisor para asistir a una especie de escalada terrorífica de secuestros y «caos piquetero» que no nos permiten desarrollarnos como «ciudadanía»), son dos claros ejemplos que señalan cuál es el rol de las empresas de la información en nuestros días y que, extendidos a toda América Latina y al resto del globo, nos permiten -aunque estos conceptos suenen perimidos para algunos- abordar el tema en términos de dictadura mediática y manipulación.

Sin embargo, pensamos que cualquier indagación de este tipo que no incluya las variadas respuestas al discurso único por parte de los sectores populares es necesariamente parcial y, muchas veces, hasta paralizante, al tender a reforzar una imagen monolítica y todopoderosa de las grandes empresas multimediáticas de las cuales sería muy difícil escapar. De modo que lo que aquí nos proponemos es trabajar sobre el concepto de manipulación para luego articularlo con la noción de contrainformación, de manera de tal que nos permitan formular, a partir de un desarrollo centrado en las prácticas vinculadas a proyectos de transformación social, una lectura de los procesos de comunicación alternativa ubicada en el cruce de los campos político y comunicacional.

La cantidad de experiencias alternativas que se vienen impulsando de un tiempo a esta parte, herederas de la tradición alternativa de los setenta, obliga a realizar este esfuerzo, precisando algunas definiciones y estableciendo por lo menos ciertas articulaciones que nos ayuden a avanzar sobre un piso más firme. En otras palabras: se trata de profundizar desde y sobre las respuestas preguntándonos, en un mismo movimiento, por la propiedad y los intereses de los multimedios en tanto grupos económicos de poder. Interrogando, por ejemplo, al grupo Cisneros en Venezuela o a la Asociación de Empresarios «Argentinos» en nuestro país, una entidad fundada en mayo de 2002 en plena crisis y que luce en su mesa de directorio la figura de Héctor Magnetto, del Grupo Clarín, junto a los presidentes de Arcor, Repsol, Techint, Loma Negra, Bagó, IMPSA, el BankBoston y la cervecería Quilmes. Y que cuenta, entre sus destacados miembros socios, a los representantes de La Nación, el Citybank, el HSBC, Pérez Companc, Telefónica, Edenor y Movicom Bellsouth, entre otros.²

En este sentido, gracias al fuerte desarrollo que ha tenido la Economía Política de la Comunicación en los últimos, años hoy es posible percibir de manera bastante

1 Publicado originalmente bajo el título «Medios, manipulación y contrainformación» en *Cuadernos de Cultura, revista comunista para el debate actual*. N° 0, Cuarta Etapa, Argentina, diciembre 2004.

2 Ver en www.aeanet.net No usamos la bastardilla para señalar a los grandes periódicos puesto que aquí nos referimos directamente a los grupos empresarios de los cuales son instrumento.

detallada el complejo mapa de los grandes grupos económicos que se encuentran tras la industria cultural. Nunca ha sido tan fácil conocer las relaciones entre los grupos que dominan la escena mediática mundial y los marcos de alianzas que suceden a escala planetaria. Aunque parezca un poco árido, para ilustrar lo que estamos diciendo traemos un cuadro extraído del Mapa Mundial de Multimedia (período 1990/2001)³, donde se puede observar, a la manera de calles en el plano de una ciudad, cómo se van desprendiendo de los distintos grupos numerosas líneas que finalmente confluyen a los efectos de unir sus propiedades.

Por ejemplo: el Grupo Telefónica posee la empresa Admira (dueña de Telefé), la cual tiene una participación en Patagonik Film Group, compartida con el Grupo Clarín (dueña de Canal 13, a través de Artear). Este participa accionariamente de los emprendimientos televisivos de Torneos y Competencias, empresa perteneciente al Holding Ávila, dueña de América TV y accionista de Ámbito Financiero. En TyC participa además la empresa Argentina Media Investment Cable Holding Ltd., propiedad del Grupo Hicks Muse, quien a su vez comparte la propiedad de Digital Latin America con Liberty, dueña de Emmis Communications, la empresa que comparte con Daniel Hadad la propiedad de Radio 10. Para finalizar, no es fácil olvidar la participación económica (y política) de Hadad en Canal 9. Quiere decir que, siguiendo las líneas de propiedad de las diferentes empresas, hemos logrado enlazar la totalidad de los canales nacionales de televisión privada (canales 11, 13, 9 y América). Lo que demuestra, en definitiva, que la concentración del poder de emisión es tan grande que es muy difícil no usar el término dictadura, mucho más si tenemos en cuenta que existe una probada conciencia acerca del valor de ese poder que los lleva a moverse en función de sus intereses sectoriales. Si no, cómo entender la descartada guerra planteada por los medios venezolanos contra Hugo Chávez, utilizando la libertad de expresión como ariete y escudo, demostrando la esencia clasista del término.⁴ Medios de comunicación protagonizando y ejecutando golpes de Estado. Si la realidad no fuera tan trágica, muchos dirían que hablamos de ciencia ficción.

Del párrafo anterior se extrae entonces qué entendemos por dictadura mediática y por qué recurrimos nuevamente a este término para definir la actual situación. Si bien las líneas de propiedad no son el único camino de análisis, son lo suficientemente importantes como para permitirnos sostener ciertas afirmaciones. Entre ellas, que los temas que afectan el interés político o económico de los medios son excluidos de su agenda

3 La edición del mapa, realizado por los docentes del Taller de Análisis de la Información de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, acompaña el libro *Medios, política y poder. La conformación de los multimedia en la Argentina de los 90*. Ed. Periodismo y Comunicación. La Plata. 2003.

4 Esto queda demostrado claramente en todas de las discusiones acerca de la radiodifusión «ilegal» en Argentina. En ese espacio, los grandes medios de comunicación jamás plantearon el tema en el terreno de la libertad de expresión, por el contrario, siempre pusieron el eje en el problema de la «responsabilidad», concepto tomado de la más rancia estirpe del periodismo y la academia norteamericanas. Lo más triste es ver como muchos emprendimientos de carácter barrial o comunitario en sentido más amplio cayeron en esa trampa, de allí que la mayoría de los casos se resuelvan en el Comfer y no en la justicia. La libertad de expresión remite de manera explícita a la capacidad económica de emitir. Otra cosa es la construcción mítica de la libertad de expresión, tema que aquí no trabajaremos.

o, en todo caso, reciben un tratamiento direccionado en función de sus intereses. Este bloque de poder no es homogéneo y sus contradicciones internas, vinculadas al estado de la lucha de clases, abren grietas que pueden ser aprovechadas para colar discursos no funcionales al sistema. Pero plantear la utilización de dichas grietas como única y principal estrategia de intervención de los colectivos de contrainformación implica, cuanto menos, un desconocimiento profundo de la estructura organizativa de estas empresas y de los mecanismos existentes a fin de controlar los «desvíos» discursivos. En este marco, las grietas deben atenderse como una táctica posible entre otras, sobre todo atendiendo a los planos material y simbólico en los cuales se desarrollan los procesos de comunicación alternativa. Pero antes de seguir con este punto es necesario explicitar primero qué entendemos por manipulación.

Monopolio del sentido

«La ecuación es bastante simple -escriben Carlos Egia y Javier Bayón en su libro sobre comunicación alternativa en Euskal Herria-: si la información es controlada, seleccionada e incluso distorsionada, el individuo partirá de una base parcial, sesgada y probablemente falsa para formar su juicio».⁵ Claramente los autores nos colocan frente al problema de recuperar un término bastante ríspido, el de manipulación, hecho que nos plantea -lejos de las miradas unívocas del concepto- dos dimensiones desde las cuales analizarlo: una vinculada al tratamiento manipulador sobre los materiales en el momento de la emisión y otra relacionada con el efecto que dicho tratamiento produce sobre el receptor.

En cuanto a la primera, ya Hans Magnus Enzensberger escribía en 1971: «Etimológicamente, el término manipulación viene a significar una consciente intervención técnica en un material dado. Si esta intervención es de una importancia social inmediata, la manipulación constituye un acto político. Este es el caso de la industria de la conciencia. Así pues, toda utilización de los medios presupone una manipulación. Los más elementales procesos de la producción, desde la elección del medio mismo, pasando por la grabación, el corte, la sincronización y la mezcla, hasta llegar a la distribución, no son más que intervenciones en el material existente. Por lo tanto, el escribir, filmar o emitir sin manipulación, no existe. En consecuencia, la cuestión no es si los medios son manipulados o no, sino quién manipula los medios».⁶

La importancia de la manipulación técnica queda demostrada en los estudios acerca del proceso de edición a través del cual la realidad se acomoda al formato televisivo. «La rigidez del formato (una duración preestablecida y estable, un orden en el guión preestablecido y respetado) acaba siendo el parámetro al que se amoldan los contenidos del informativo: en este sentido representa el contexto (formal, textual) en el que es percibida y con el que se mide la importancia y significatividad de las noti-

5 Egia, Carlos y Bayón, Javier. *Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria*, Ed. Likiniano Elkartea, Bilbao, 1997. Pág. 16.

6 Enzensberger, Hans Magnus. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1971. Págs. 25-26. Cabe destacar que la idea de inevitabilidad de la manipulación le permite plantear al autor que la posibilidad de resistirla pasa por aprender sus técnicas. En este sentido la idea de manipulación adquiere un carácter positivo: se trata de enfrentar la dominación utilizando sus mismas técnicas.

cias. Representa el contexto también en otro sentido: es en el marco del formato donde opera el mecanismo de sentido añadido, vinculado a la aproximación de dos noticias entre sí, a los criterios de estimación del ritmo interno del informativo, a las inferencias que pueden extraerse del orden en el que están dispuestas las noticias».⁷

Como grosero ejemplo de lo anterior (aunque más extendido que lo normalmente esperable), basta observar *I2/I2*, el noticiero de medianoche de América TV conducido por Guillermo Andino. Toda noticia acerca de la protesta social, fundamentalmente las vinculadas al movimiento piquetero, son precedidas o anteceden a la noticia sobre algún delito en el marco de la «inseguridad ciudadana». Con una absoluta falta de ingenuidad y una decidida toma de posición política acerca de qué hacer con el problema de la exclusión social, el periodista apela a los aspectos más oscuros del sentido común para justificar su solicitud de mayor represión.

En cuanto a la segunda dimensión señalada, aquella vinculada al efecto que la manipulación de los materiales en la instancia de emisión produce sobre el receptor, hay que reconocer que nos adentramos en una zona peligrosa: desde el vamos, conlleva la rápida descalificación académica y profesional a partir de la típica acusación que refiere a un «quedarse en el pasado», «no evolucionar» y demás construcciones que hacen de las ciencias sociales una especie de línea de montaje conceptual donde algunos términos se desechan y otros se acoplan perfectamente con el signo de los tiempos. En esta época tan políticamente correcta hablar de revolución es hablar de tecnología y no de sociedad; plantear que el hambre, la desocupación y la marginación son estructurales al sistema capitalista es «tener una visión mecanicista»; usar los conceptos dictadura o manipulación a fin de abordar y describir, desde una perspectiva crítica, determinadas prácticas culturales, es «abrir el arcón de los recuerdos para extraer alguna fábula leninista».

Sin embargo, nos sigue pareciendo imperioso señalar «el papel estratégico que desempeñan los medios de comunicación en la reproducción de las relaciones sociales»,⁸ sobre todo teniendo en cuenta el inmenso proceso de concentración de las industrias culturales al cual nos referimos en las páginas anteriores. Este reconocimiento es fundamental para avanzar en el abordaje de los procesos de contrainformación en el sentido en que lo haremos más adelante; así que acudiremos a la academia norteamericana, insospechada de «izquierdismo denunciata», para echar un poco de luz sobre el presente.

Dentro de la línea de estudios de los efectos a largo plazo (que con variantes, atraviesa la totalidad del siglo XX en el campo de la comunicación), una de las corrientes que más se ha desarrollado es la que se conoce con el nombre de *Agenda Setting*. Su hipótesis de trabajo es que «como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido».⁹ Nos parece que la

7 Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. España, Ed. Paidós, 1997, pág. 280.

8 Mattelart, Armand y Mattelart, Michele. *Pensar sobre los medios*, Ed. Fundesco, Madrid, 1987. Pág. 106.

9 Wolf, Mauro. Op. Cit. Pág. 163

recuperación del término manipulación debe darse en una perspectiva similar a ésta, aunque -claro está- con objetivos diferentes a los de los teóricos norteamericanos.

El problema del uso del término a fin de definir un tipo de relación entre emisores y receptores fue que estuvo atado a una perspectiva muchas veces simplificada por el par estímulo/respuesta. Nuestra propuesta en cambio pasa por una conceptualización distinta de la manipulación, entendiéndola como el monopolio del sentido sobre los conceptos básicos que estructuran nuestra percepción de lo real, monopolio que detenta una clase social y cuyo principal instrumento de producción y circulación son los medios de comunicación. De esta manera, la manipulación aparece como el producto de una relación de poder entre emisor y receptor, siendo como tal dinámica y factible de ser modificada.

Dicho esto reafirmamos, a modo de síntesis, que la dictadura mediática es una realidad insoslayable y que la manipulación es una relación multidimensional entre emisor y receptor. Ambos conceptos se convierten en núcleos de una perspectiva que busca la transformación social en tanto totalidad, entendiendo que los medios desempeñan un rol instrumental importantísimo en la conservación del estado de cosas y que la transformación social es un acto de índole política y no comunicacional. Con estas posiciones como claves de lectura de la situación actual, avanzamos entonces sobre nuestro planteo.

De eso no se habla

Decíamos que en América Latina el concepto de manipulación fue progresivamente confinado al ostracismo. En efecto, durante los últimos 30 años las tendencias hegemónicas de investigación en el campo de la comunicación no han hecho sino obviar el tema, a veces señalarlo apenas como estrategia discursiva, hasta abandonarlo casi por completo durante la década de los noventa. Una década marcada por el saqueo de la región, la celebración del mercado como organizador y principal agente político cultural, las privatizaciones, la precarización laboral y la defunción de la salud y la educación públicas. Década cruzada por concienzudas tácticas destinadas a generar consenso en torno al proyecto neoliberal, desfilaron con los años Bernardo Neustadt y su discurso homeopático sobre la ineficiencia del Estado, la proliferación de los McDonald's, Puerto Madero y la estética del shopping y el fragmento, la cultura del individualismo y la competencia. Claro que, como resulta obvio, las empresas de la información estuvieron -como durante la dictadura militar y como en estos días- absolutamente comprometidas con la construcción de este espejismo de la Argentina como fiesta de Gancia Batido: un «vamos ganando» pero más glamoroso.

Para que quede bien claro, hablamos de un abandono por parte de la mayoría (siempre hay excepciones) de los investigadores e intelectuales del campo, un abandono que curiosamente se da al mismo tiempo que, en nuestro país, nacen los grandes multimedios, las expresiones del campo popular se fragmentan notablemente y la pobreza material y simbólica de la educación argentina se profundiza con la Ley Federal de Educación y otras políticas igualmente destructivas. Es un momento donde la crítica deja lugar al posibilismo y las corrientes culturalistas hegemónicas levantan al individuo «en toda su dignidad»: si en los sesenta y setenta estaba alienado, previas rupturas y desplazamientos en las ciencias sociales en los ochenta

ta, en los noventa va a asumir capacidades asombrosas de «resemantización», «apropiación» y «resignificación». Explota en toda su libertad.¹⁰

Así se multiplican los estudios etnográficos de audiencias, tan caros a las técnicas del marketing y a tono con los vientos posmodernos, se analizan los «consumos» culturales y paralelamente se cajonean las posibilidades de intervención político cultural desde perspectivas críticas. Porque claro, ¿para qué intervenir si «la gente» puede resignificar los mensajes de la industria cultural a su antojo? ¿Para qué construir medios de comunicación alternativos al discurso único? Esto no implica sostener una posición monolítica acerca de los multimedios y su poder manipulador que, aparentemente, causaría el efecto exacto en las mentes y en los cuerpos de los sujetos. Pero lo que sí se plantea es que han logrado que todos discutamos sobre sus grandes temas impuestos. Términos como democracia, ciudadanía, violencia, inseguridad adquieren una unívoca interpretación que esconde sus orígenes tras los velos del sentido común. Para ello, el mito de la independencia periodística, de la objetividad y de la neutralidad de la prensa, en tanto discurso que pretende ocultar su dependencia al proyecto de la clase dominante, es fundamental.

«Nosotros nunca editorializamos, no vendemos ni ideas ni análisis. Vendemos la realidad. *Crónica* se vende porque habla de los temas de la vida», afirma Héctor Ricardo García en el libro de Carlos Ullanosvsky *Paren las rotativas*. En la misma línea, Magdalena Ruiz Guiñazú dijo durante la entrega de los premios Martín Fierro 2003: «Como periodista independiente dedico este Martín Fierro a los periodistas de San Luis, amenazados por una infame ley mordaza que pretende acallar la libertad de expresión de los periodistas independientes». Con el mito de la «independencia periodística» bajo el brazo, los medios del sistema naturalizan su mirada. Ese proceso de naturalización opera en la construcción de un sentido común que iguala al medio y al receptor: de este modo el periodista es uno más, uno que asume la representación colectiva que la política ha perdido, haciéndolo de buena gana en tanto aporta a la construcción de un nuevo marco relacional. La mediocracia no sólo intenta trasladar la arena política al estudio de televisión sino que busca generar una ilusión de pertenencia que nos integre a la misma, regulando mecanismos de participación plebiscitaria (como las encuestas telefónicas) que terminan escondiendo cuánto de construcción, arbitrariedad e imposición hay en el discurso de los medios.

En este sentido, ¿con qué competencias el receptor interpela hoy a los medios? ¿Con qué herramientas podemos resignificar los mensajes de las empresas periodísticas? A lo largo de los apartados precedentes vimos cómo el proceso de concentración en la emisión constituye una inmensa red de intereses económicos y políticos puesta al servicio del mantenimiento del status quo. Si bien es cierto que el sentido se realiza en el encuentro del mensaje con el receptor, ¿cuáles son las posibilidades ciertas de enfrentar y discutir los mensajes que los medios ponen en circulación, generando un nuevo sentido diferente al impuesto? ¿Cuáles son las condiciones sociohistóricas en las que el mensaje circula? ¿Cuál es la situación

10 Cfr. Schmucler, Héctor, «La investigación (1996): lo que va de ayer a hoy». En *Memoria de la comunicación*, Buenos Aires, Editorial Biblos, Colección Comunicación Medios Cultura, 1997, segunda edición. Páginas 153-164.

política del receptor? La manipulación aparece en toda su materialidad cuando la diferencia de poder entre la emisión y la recepción se hace cada vez mayor.

Teniendo esto en cuenta, la pregunta entonces debería ser ¿qué hace la «gente» con los medios después de que los medios hicieron a la «gente» de una manera determinada?¹¹ Lo cual nos posiciona en un lugar y en una perspectiva diferente a la hegemónica dentro del campo de la comunicación. Porque para ser efectiva, como señala el argentino Héctor Schmucler, la industria cultural no sólo debe operar sobre los símbolos y los mensajes, sino también sobre las condiciones de recepción de esos símbolos y mensajes.¹² Condiciones que cambian a medida que cambia el panorama de la lucha de clases y que son claramente diferentes en Argentina y en Venezuela. En este sentido la organización popular es clave y así el momento de la recepción aparece como una instancia privilegiada de la lucha ideológica.

Las respuestas

Pero conviene detenernos un poco en el tema que acabamos de esbozar, relacionado indudablemente a la cuestión del lugar que ocupa la práctica política en nuestras sociedades: se trata aquí de vincular el proceso comunicacional con un proyecto político de transformación social, haciendo explícita (al contrario de las empresas informativas) esta dependencia y destacando, por lo tanto, el carácter instrumental del medio. Como señalara Margarita Graziano, «lo alternativo, en tanto tal, se levanta frente a otra concepción no sólo de la comunicación sino de las relaciones de poder, y de la transmisión de signos e imposición de códigos que esas relaciones permiten vehicular».¹³ La conjunción de contrainformación y práctica de transformación deriva entonces en lo que entendemos como comunicación alternativa: lo alternativo, planteado como parte de un proyecto de transformación social, genera un tipo de discurso (el contrainformativo) que manifiesta las necesidades de la coyuntura política y que, a su vez, produce ciertos efectos materiales sobre la estructura del medio, su funcionamiento y sus formas de gestión.

Queda planteado de este modo que el medio contrainformativo no puede reemplazar al proyecto político, ya que de otra manera se produciría la contradicción de una desvalorización de la acción política organizada (un tópico bastante posmoderno) que promovería la existencia de espacios de comunicación «populares» como refugio de los desencantados de la política: la contrainformación supone enfrentamiento no sólo contra el discurso sino también contra las relaciones que lo sustentan. Esto nos lleva a subrayar como elemento determinante la inserción de la práctica comunicacional en el marco de un proyecto liberador, de donde se desprenderán los objetivos del medio y sus posibilidades en relación con el contexto en el cual le toca desarrollarse. En otras palabras, es de acuerdo al contexto que el medio se organiza y, finalmente, da determi-

11 Cfr. Schmucler, H., «Sobre los efectos de la comunicación». En *Memoria de la comunicación*, op. cit., Pág. 115-130.

12 Cfr. Schmucler, H., «La investigación (1975): ideología, ciencia y política». En *Memoria de la comunicación*, op. cit. Pág., 131-143. A diez años de la Ley Federal y neoliberalismo y flexibilización laboral mediante, pensamos que las condiciones están bastante claras.

13 Graziano, Margarita, «Para una definición alternativa de la comunicación». ININCO N° 1, Venezuela, 1980.

nados tipos de respuestas a las demandas de la coyuntura política. De la misma forma que los medios del sistema, en tanto herramientas del poder, manifiestan la necesidad de las clases dominantes de mantener un cierto estado de cosas.

El contexto en el cual se produce el encuentro entre el público y los mensajes mediáticos se vuelve así un espacio de pelea, donde las armas del receptor pasan fundamentalmente por la experiencia colectiva y la participación política, social y comunitaria. Esto es importante porque desecha de inmediato las visiones que cercenan lo alternativo a mero discurso: la dictadura mediática, como vimos, exige respuestas no sólo en el plano de lo simbólico sino también en el plano de lo material y de la acción. Por eso cuando hablamos de conrainformación no podemos abstraernos de la práctica política alternativa: la conrainformación es praxis en términos gramscianos, es decir, relación dialéctica entre acción y reflexión.

En la Venezuela actual, donde el proceso bolivariano ha generado unas condiciones específicas que posibilitan y alientan la participación de las grandes mayorías, el poder manipulatorio de los medios tiende a retroceder frente a la organización popular y sus respuestas políticas y comunicacionales, atacando muchas veces más con propaganda que con el sutil mito de la independencia periodística. Por eso se explican la cantidad y la calidad de los medios alternativos venezolanos que, entendidos como parte de un proyecto de cambio, como espacio de organización y como herramientas en manos de los sectores populares, asumen el desafío de ser masivos de una manera diferente: masivo, claro está, no quiere decir aquí el modelo de masividad que la industria cultural presenta como único posible.

Pero en la Argentina ni la correlación de fuerzas ni las condiciones son las mismas, y esto pese al barniz progresista con que la gestión de Néstor Kirchner se esfuerza en disfrazar. La desigualdad entre las empresas periodísticas y los medios alternativos, en este sentido, es la misma que existe entre la Itaka y el lanza gases, de un lado, y el palo y la capucha del otro, aunque los escribas de siempre se preocupen tanto no ya en ponerlos a igual altura sino más todavía, en convertir a las víctimas de la violencia estatal (criminalización y represión) en ejecutoras de la «violencia» a secas, responsables de la avanzada derechista y causa directa de la crisis del país. La masividad en esta situación es un desafío insoslayable y la experiencia venezolana puede aportar mucho en esto. Si bien hay momentos que son de auge de la lucha popular donde el público protagonista de la conrainformación aumenta, y momentos de reflujo donde es menor, es necesario también romper con la «religión de lo pequeño»¹⁴ para llegar con el discurso y las propuestas alternativas a la mayor cantidad de sectores, aportando a la generación de consenso en torno al proyecto transformador. La relación orgánica de la práctica de comunicación alternativa tal como aquí se la plantea favorece esta posibilidad, pero es fundamental también algún tipo de articulación entre los medios alternativos, una

14 Según la caracterización de la tensión entre lo alternativo y lo masivo debatida por los asistentes al encuentro sobre Derechos Humanos, Represión y Prensa 2003 organizado en el Sindicato de Prensa y Comunicación de Córdoba, donde participaron distintas organizaciones de esa provincia y de Santiago del Estero, Mendoza, Tucumán y Buenos Aires. Para una reseña de la jornada, consultar en www.proyectoconosur.com.ar

coordinación centrada en una serie de puntos de acuerdo que hagan que una misma noticia circule por lo menos en todo el territorio nacional.¹⁵

Así se comprende la ligazón entre los conceptos de manipulación y contrainformación, planteo que, a fin de cuentas, es una propuesta de intervención política, una perspectiva de acción y reflexión acerca del papel de los medios masivos en la constitución de la subjetividad social, de las respuestas posibles por parte de los sectores populares organizados y por lo tanto de la cultura como arena de la lucha de clases. En esta línea de pensamiento, sostenemos que el análisis del trabajo periodístico sólo puede ser comprendido si al estudio de sus especificidades sumamos la dimensión política. De la misma manera todo planteo contrainformacional debe ser leído en el cruce de los campos político y cultural, recordando que «detrás de todo sistema de prácticas culturales, y podríamos extenderlo más, detrás de todo sistema de prácticas sociales, hay una política cultural; como esto es obvio, detrás de toda práctica cultural hay una dimensión social, económica, política».¹⁶

En la medida que integramos los campos económico y político al análisis del rol que desempeñan las empresas mediáticas en nuestras sociedades, vemos cómo la idea de conflicto se cuela por todos los intersticios, posicionando con claridad a los distintos protagonistas dentro del mapa de intereses que definen las relaciones sociales. Esta idea de conflicto, que aparece marcada por la existencia de sectores en pugna por la apropiación del producto social, reactualiza la perspectiva que define la lucha de clases como estructural al sistema capitalista al mismo tiempo que obliga a todos los contendientes a ubicarse con relación al mismo, planteando la imposibilidad de «estar fuera» del conflicto social. Los medios contribuyen diariamente a montar la falacia de un espacio sin conflicto, lugar en el que la práctica política popular es rechazada por no funcional.

La idea de un periodismo íntegro, que opera como auditor externo del poder¹⁷ -tal cual afirmó Julio Blank, editor jefe del diario *Clarín*, durante uno de los paneles que acompañaron la entrega de los premios Nuevo Periodismo 2003 organizada en Monterrey, México-,¹⁸ es un ejemplo más acerca de cómo los medios construyen una imagen de independencia a fin de ocultar su consciente intervención política. ¿Qué significa, por ejemplo en Venezuela, ser externo al poder cuando se encabeza un golpe de Estado y se impone un presidente? ¿Cómo debe leerse el apoyo directo que dicho golpe recibió por parte de las principales empresas mediáticas del mundo, antes que algún gobierno reconociera la legitimidad de un acto inconstitucional? ¿Y el impulso a la candidatura de Gustavo Cisneros como próximo

15 Se trata de ser masivos sin ser integrados, sin rescindir el proyecto transformador ni «bajar el tono» de la acción y la reflexión. Hay otras vías para la masividad que se hace necesario explorar, aquí apenas planteamos un acercamiento.

16 Mangone, Carlos, «Aspectos para el análisis de las políticas culturales». Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires, teórico N° 5 de la materia teoría y Práctica de la Comunicación II, mimeo, 3 de mayo de 2001.

17 Verbitsky, Horacio, «Prensa y poder». En diario *Página/12* del 5 de septiembre de 2004.

18 El premio es otorgado anualmente desde 2001 por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, que preside el escritor Gabriel García Márquez, y la multinacional del cemento Cemex.

presidente de Venezuela?¹⁹ Los medios de comunicación se han instalado cómodamente en su rol de actor político. Si bien la historia está llena de ejemplos que muestran la importancia de la dimensión instrumental (política) por sobre la dimensión estética, nunca como hasta ahora el empleo de los medios se puso de manera tan directa al servicio de sus intereses particulares. Ya no se trata de la visión ingenua que plantea cómo los medios son presionados desde el poder para tal o cual fin, se trata de su integración definitiva como «socios» en la búsqueda por asegurar sus beneficios propios.²⁰

A lo largo del artículo hemos intentado demostrar cómo la lucha de clases, la dependencia política y la manipulación, son algo más que simples reflejos setentistas en este contexto de dictadura mediática. Son tres premisas de análisis que plantean una clave de lectura de los procesos hegemónicos que vinculan la comunicación y la política, y se constituyen como perspectiva de referencia a la hora de pensar alternativas que, reconociendo la dimensión instrumental de los medios, reubiquen la comunicación dentro del campo político y planteen acciones tendientes a la transformación social. Dentro de este marco, queda claro que estudiar la conformación de las grandes empresas multimediáticas y su papel en la configuración de identidades implica estudiar los procesos de manipulación (en tanto expresión de los intereses dominantes) de manera articulada con el concepto de contrainformación (en tanto expresión de los intereses populares), para poder avanzar en estrategias que permitan contar con nuestras propias voces en esta batalla. La tradición latinoamericana es bastante rica al respecto: ya Simón Bolívar viajaba con una imprenta cargada en una mula porque —decía— «la prensa es la artillería del pensamiento».

19 Felipe Edwards, subdirector del diario chileno *El Mercurio* y compañero de Blank en el mencionado panel (que por otra parte coordinó el periodista Horacio Verbitsky), lo expresó con total claridad al citar la frase que pronunció hace más de dos siglos el ex presidente de los Estados Unidos, Thomas Jefferson: «Si dependiera de mí decidir tener un gobierno sin periódicos o periódicos sin un gobierno, no dudaría un momento en preferir la segunda opción». Para Edwards, en ese sentido, «es preciso actuar con honestidad intelectual y hacer justicia a otras posiciones en las áreas de legítimo debate. Nuestros clientes no son los grupos de presión ni los políticos, sino la masa de los lectores». En Verbitsky, Horacio, op. cit.

20 Se hace difícil no relacionar estas líneas con los acontecimientos sucedidos en 2004 en el diario *Clarín*, donde el despido de 117 trabajadores de una de sus plantas derivó en la toma de las instalaciones, las que fueron recuperadas con la intervención del guardia de infantería de la policía federal y cuerpos especiales de asalto. Un modelo de resolución de conflictos gremiales tomado de las distintas dictaduras, que sin embargo no mereció la atención de ningún medio de comunicación, salvo la vergonzosa cobertura de *Crónica*, que se dio por enterada del problema después de que el canal *TN*, del Grupo Clarín, difundiera la noticia respecto a la detención de Héctor Ricardo García, dueño de *Crónica*, por evasión impositiva, rompiendo un pacto implícito de no agresión, entendiendo como tal a las noticias que afectan sus intereses políticos y económicos.

BIBLIOGRAFÍA

AAVV, Medios, política y poder. La conformación de los multimedios e la Argentina de los 90. Taller de Análisis de la Información de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Ed. Periodismo y Comunicación, 2003.

Egia, Carlos y Bayón, Javier, Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria, Ed. Likiniano Elkartea, Bilbao, 1997.

Enzensberger, Hans Magnus, Elementos para una teoría de los medios de comunicación, Ed. Anagrama, Barcelona, 1971.

Graziano, Margarita, «Para una definición alternativa de la comunicación». Revista ININCO N° 1, Venezuela, 1980.

Mangone, Carlos, «Aspectos para el análisis de las políticas culturales». Carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires, teórico N° 5 de la materia teoría y Práctica de la Comunicación II, mimeo, 3 de mayo de 2001.

Mattelart, Armand y Mattelart, Michele, Pensar sobre los medios, Ed. Fundesco, Madrid, 1987.

Schmucler, Héctor, «Sobre los efectos de la comunicación», «La investigación (1975): ideología, ciencia y política» y «La investigación (1996): lo que va de ayer a hoy». En Memoria de la comunicación, Buenos Aires, Editorial Biblos, Colección Comunicación Medios Cultura, 1997, segunda edición. Páginas 115-130, 131-143 y 153-164.

Verbitsky, Horacio, «Prensa y poder». En diario Página/12 del 5 de septiembre de 2004.

Wolf, Mauro, La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. España, Ed. Paidós, 1997.

CUADERNOS PUBLICADOS

SERIE CUADERNOS DE TRABAJO

1. Departamento de Ciencias Sociales: *Prevención y promoción de la salud integral en la Ciudad de Buenos Aires. Organizaciones de la Sociedad Civil*. Natalia Bauni y Julieta Caffaratti.
2. Departamento de Ciencias Sociales: *Cooperativa de recuperadores de residuos. Exclusión social y autoorganización*. Julio Gabriel Fajn.
3. Unidad de Información: *Racionalización y democracia en la escuela pública. La educación durante el período 1916-1930*. Daniel Campione y Miguel Mazzeo.
4. Departamento de Cooperativismo: *La cooperación y los movimientos sociales. Consideraciones sobre el papel del cooperativismo en dos movimientos sociales*. Trabajo colectivo (MTD Matanza, MOI, Mario Racket y Gabriela Roffinelli).
5. Departamento de la Ciudad del Tango: *El tango en el teatro* (parte 1). Liliana Marchini.
6. Departamento de la Ciudad del Tango: *El tango en el teatro* (parte 2). Liliana Marchini.
7. Departamento de Economía y Política Internacional: *El petróleo en la estrategia económica de EE.UU.* Valeria Wainer, Andrea Makón y Carolina Espinosa.
8. Departamento de Economía y Política Internacional: *La globalización neoliberal y las nuevas redes de resistencia global*. Dolores Amat, Pedro Brieger, Luciana Ghiotto, Maité Llanos y Mariana Percovich.
9. Departamento de Estudios Políticos: *La construcción del ejército de reserva en Argentina a partir de 1976. La población excedente relativa en el área metropolitana de Buenos Aires, 1976-2002*. Javier Arakaki
10. Departamento de Ciencias Sociales: *La parte de los que no tienen parte. La dimensión simbólica y política de las protestas sociales: la experiencia de los piqueteros en Jujuy*. Maricel Rodríguez Blanco.
11. Departamento de Cooperativismo: *FUCVAM. Una aproximación teórica a la principal experiencia cooperativa de viviendas en Uruguay*. Analía Cafardo.
12. Unidad de Información: *La Calle. El diario de casi todos. Octubre a diciembre de 1974* (Parte 1). Gabriel Vommaro.
13. Departamento de Cooperativismo: *El cooperativismo agrario en Cuba*. Patricia Agosto.
14. Unidad de Información: *La Calle. El diario de casi todos. Octubre a diciembre de 1974* (Parte 2). Gabriel Vommaro.
15. Departamento de Estudios Políticos: *Las nuevas organizaciones populares: Una metodología radical*. Fernando Stratta y Marcelo Barrera.
16. Departamento de Cooperativismo: *Empresas recuperadas. Aspectos doctrinarios, económicos y legales*. Alberto Rezzónico.

17. Departamento de Economía y Política Internacional: *Alca y apropiación de recursos. El caso del agua*. María de los Milagros Martínez Garbino, Diego Sebastián Marenzi y Romina Kupellián
18. Departamento de Cooperativismo: *Género y Cooperativas. La participación femenina desde un enfoque de género* (Parte 1) Teresa Haydée Pousada.
19. Departamento de Cooperativismo: *Género y Cooperativas. La participación femenina desde un enfoque de género* (Parte 2) Teresa Haydée Pousada.
20. Departamento de Cooperativismo: *Dilemas del cooperativismo en la perspectiva de creación de poder popular*. Claudia Korol.
21. Departamento de Cooperativismo: *El zapatismo: hacia una transformación cooperativa “digna y rebelde”*. Patricia Agosto.
22. Departamento de Economía Política: *Imponernos. Progresividad y recaudación en el sistema tributario argentino* (Parte 1). Rodrigo M. G. López.
23. Departamento de Economía Política: *Imponernos. Progresividad y recaudación en el sistema tributario argentino* (Parte 2). Rodrigo M. G. López.
24. Departamento de La Ciudad del Tango: *Laburantes de la música. Apuntes de su historia sindical*. Mario A. Mittelman.
25. Departamento de Cooperativismo: *Debate sobre Empresas Recuperadas. Un aporte desde lo legal, lo jurídico y lo político*. Javier Echaide.
26. Departamento de Ciencias Sociales. *Asambleas barriales y mitologías: Una mirada a partir de las formas de intervención político cultural*. Hernán Fernández, Ana Enz, Evangelina Margiolakis y Paula Murphy.
27. Departamento de Cooperativismo. *Autogestión obrera en el siglo XXI: Cambios en la subjetividad de los trabajadores de empresas recuperadas, el camino hacia una nueva sociedad*. Analía Cafardo y Paula Domínguez Font.
28. Departamento de La Ciudad del Tango: *La escuela de todas las cosas. Tango: acercamiento a los modos de transmisión de la música popular a través de la reconstrucción oral*. María Mercedes Liska.
29. Departamento de Historia: *Las primeras experiencias guerrilleras en Argentina. La historia del «Vasco» Bengochea y las Fuerzas Armadas de la Revolución Nacional*. Sergio Nicanoff y Axel Castellano.
30. Departamento de Historia: *Estudios críticos sobre historia reciente. Los ‘60 y ‘70 en Argentina. Parte I: El PRT-ERP: Nueva Izquierda e Izquierda Tradicional*. Eduardo Weisz.
31. Departamento de Historia: *Estudios críticos sobre historia reciente. Los ‘60 y ‘70 en Argentina. Parte II: Militancia e historia en el peronismo revolucionario de los años 60: Ortega Peña y Duhalde*. Ariel Eidelman
32. Departamento de Historia: *Estudios críticos sobre historia reciente. Los ‘60 y ‘70 en Argentina. Parte III: Historia en celuloide: Cine militante en los ‘70 en la Argentina*. Paula Halperín.

33. Departamento de Historia: **Estudios críticos sobre historia reciente. Los '60 y '70 en Argentina. Parte IV: Mujeres, complicidad y Estado terrorista.** Débora C. D'Antonio.
34. Departamento de Economía Política: **Deuda externa: verdades que encandilan.** Colectivo del Departamento.
35. Departamento de Comunicación: **Los dueños de la palabra. La propiedad de los medios de comunicación en Argentina.** Luis Pablo Giniger.
36. Departamento de Ciencias Sociales: **Los discursos de la participación: Una mirada hacia la construcción de la figura del ciudadano en la prensa escrita de la Ciudad de Buenos Aires.** Matías Landau (coord), Alejandro Capriati, Nicolás Dallorso, Melina Di Falco, Lucas Gastiarena, Flavia Llanpart, Agustina Pérez Rial, Ivana Socoloff.
37. Departamento de Educación: **Reformas neoliberales, condiciones laborales y estatutos docentes.** Analía Jaimovic, Adriana Migliavacca, Yael Pasmanik, M. Fernanda Saforcada.
38. Departamento La Ciudad del Tango: **Los tangos testimoniales.** Julio César Páez.
39. Departamento de Comunicación: **Espectáculos de la realidad.** Cecilia Rovito.
40. Departamento de Literatura y Sociedad: Serie **El sujeto social en algunas obras narrativas argentinas del siglo XX. Parte I: Acerca de La Forestal. La tragedia del quebracho colorado (ensayo de Gastón Gori).** Pablo Marrero.
41. Departamento de Literatura y Sociedad: Serie **El sujeto social en algunas obras narrativas argentinas del siglo XX. Parte II: Rodolfo Walsh. Hacia una nueva épica.** Nancy Denise Javelier.
42. Departamento de Cooperativismo: **La gestión en las empresas recuperadas.** C. Roberto Meyer; José E. Pons
43. Departamento de Historia: **La formación de la conciencia de clase en los trabajadores de la carne desde una perspectiva regional. Zárate 1920/1943.** Christian Gastón Poli.
44. Departamento de Literatura y Sociedad: **Griselda Gambaro: exilio textual y textos de exilio.** María Cecilia Di Mario.
45. Departamento de Economía Política: **Un análisis del acuerdo con el FMI: ¿un nuevo rumbo o el mismo camino?.** Diego Mansilla, Lucía Tumini.
46. Departamento de Educación: **¿Qué regulan los Estatutos Docentes? Trabajadores de la educación, relaciones sociales y normativa.** Analía Ivanier, Analía Jaimovich, Adriana Migliavacca, Yael Pasmanik, M. Fernanda Saforcada.
47. Departamento La Ciudad del Tango: **Tango. Los jóvenes y el tango.** Roxana Rocchi; Ariel Sotelo
48. Departamento de Literatura y Sociedad: **Otra cara del mundo. Literatura juvenil popular en los márgenes de la ciudad.** Diego Jaimes y Pablo Provitalo.

49. Departamento de Historia: *Historia de una militancia de izquierda. Las socialistas argentinas a comienzos de siglo XX*. Bárbara Raiter.
50. Departamento de Ciencias Sociales: *El trabajo, las subjetividades y los movimientos sociales en la Argentina contemporánea: el caso del MTD de Solano*.
51. Departamento de Historia: *La huelga metalúrgica de 1954*. Fabián Fernández
52. Departamento de Estudios Políticos: *Presupuesto Participativo: ¿Herramienta legitimante o construcción de poder popular?* Pablo A. Ladizesky; Claudio Casparrino.
53. Departamento de Cooperativismo: *La experiencia cooperativa del Movimiento de Campesinos de Santiago del Estero (MOCASE)*. Patricia Agosto, Analía Cafardo, María Julieta Calí.
54. Departamento La Ciudad del Tango: *Detrás del sonido. Los estudios de la música como construcción social*. María Mercedes Liska.
55. Departamento de Derechos Humanos: *La configuración del enemigo interno como parte del esquema represivo argentino. Décadas de 1950/60*. Héctor Barbero y Guadalupe Godoy.
56. Departamento de Derechos Humanos: *Los Usos de la Inseguridad. Reorganización neoliberal y mafias policiales*. Leonardo Fernández y Matías Scheinig.
57. Departamento de Comunicación: *Mediados. Sentidos sociales y sociedad a partir de los medios de comunicación*. Martín E. Iglesias.
58. Departamento de Educación: *OMC, ALCA y educación. Una discusión sobre ciudadanía, derechos y mercado en el cambio de siglo*. Myriam Feldfeber y Fernanda Saforcada.
59. Departamento de Salud: *Los jóvenes y el Sida. Un estudio cualitativo sobre representaciones sociales del VIH / Sida en las comunidades bonaerenses de Lanús, San Fernando y La Matanza*. Julio Kors y Luciana Strauss.

SERIE CUADERNOS DE CRÍTICA

1. Departamento Artístico: *Los Macocos: Lecturas críticas de Continente Viril*. Coordinador: Jorge Dubatti.

SERIE CUADERNOS DE DEBATE

1. Departamento de Derechos Humanos: *la representación del genocidio en los lugares que funcionaron como centros clandestinos de detención durante la última dictadura. El debate de la ESMA*.
2. Departamento de Comunicación: *Medios, manipulación y poder*. Presentación del libro *Contrainformación. Medios alternativos para la acción política*.

Las ilustraciones de tapa están realizadas por jóvenes becarios del Departamento de Ideas Visuales del Centro Cultural de la Cooperación, coordinado por el artista plástico Ernesto Morales

CENTRO CULTURAL DE LA COOPERACIÓN FLOREAL GORINI
EDICIONES DEL INSTITUTO MOVILIZADOR DE FONDOS COOPERATIVOS
Av. Corrientes 1543 - C1042AAB - Ciudad de Buenos Aires - Argentina
<http://www.culturalcoop.org.ar>
e-mail: uninfo@culturalcoop.org.ar
Director Fundador: Floreal Gorini
Director: Profesor Juan Carlos Junio
Departamento de Comunicación
Coordinadora: Emilia Segota

ISSN: 1668-544X