
Comunicación alternativa. Comunicación del oprimido

Miguel Angel Granados Chapa*

Se justifica plenamente que el tema de la comunicación alternativa haya sido incluido en este primer encuentro nacional de investigadores de la comunicación. Si uno revisa la agenda de reuniones semejantes o los sumarios de las revistas especializadas (y aun de las que sólo lateralmente abordan asuntos de comunicación) y los ficheros bibliográficos, se encuentra una notoria recurrencia al tema. Se explica fácilmente que así sea: la comunicación alternativa constituye un punto crucial a partir del cual es posible, y debido, abordar cuestiones centrales de la teoría y la política de la comunicación.

Las presentes notas, no obstante, reconocen que las discusiones sobre comunicación alternativa que hasta ahora se han generado constituyen sólo una base mínima sobre la cual es indispensable elaborar nuevos desarrollos, así como debatir los que ya inicialmente se han logrado. Por consiguiente, este trabajo se divide en cuatro porciones. La primera plantea la necesidad de elaborar una teoría alternativa de la comunicación, mientras que la segunda propone temas para una teoría de la comunicación alternativa. No se trata, como es obvio, de un mero juego de palabras. Trabajar en pos de una teoría alternativa de la comunicación supone la ruptura con la ciencia dominante y construir una nueva capaz de examinar y transformar la realidad de la comunicación, tanto la que promueve la visión del mundo de la clase dominante, como la que presente alternativa.

Las partes tercera y cuarta se refieren a la práctica de la comunicación alternativa. Una subraya el papel de la investigación en la comprensión e

* Profesor del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM; columnista del diario *Unomásuno*.

invención de los diversos tipos de comunicación distinta. La otra propone nuevas formas de ejercicio de ese género de comunicación.

TEORIA ALTERNATIVA DE LA COMUNICACION

Ante todo es preciso poner énfasis en que no hay ciencia "inocente", es decir, desprovista de valores. La pretensión de "objetividad" y "pureza" constituye cada vez más claramente un mito, propuesto por las clases dominantes, como parte sustancial de su proyecto de sujeción. Tal afirmación es verdadera aun respecto de las ciencias exactas y naturales. Con mayor razón lo es si se refiere a las ciencias sociales.

No hay ciencia desprovista de valores. La cuestión estriba, entonces, en la clase de valores que hemos de admitir en las ciencias, si los valores que enajenan o los que liberan. Se trata, por lo tanto, de identificar y desmontar la falsedad interesada que se esconde detrás de la "objetividad" de la actividad científica, y por consecuencia de edificar otra que haga explícitas sus implicaciones políticas. La teoría de la comunicación imperante en nuestro país proviene de la *communication research* fundada en los Estados Unidos. Su característica fundamental consiste en que considera aislado el proceso de la comunicación. La descontextualización que de esa manera se produce impide, por una parte, la apreciación cabal del fenómeno que trata de estudiarse. Pero, al mismo tiempo, provoca una intencionada miopía política: los hechos de la comunicación aparecen borrosos, fuera de su contorno social, por más que sea muy nítida la configuración de los ingredientes examinados por este enfoque.

Esta doble parcialidad de la escuela norteamericana (en el sentido de que no ofrece una visión completa de la comunicación inserta en las sociedades en su conjunto, y en tanto que parte de un punto de mira interesado) ha sido impugnada y negada desde diversos rumbos de la teoría. Sin necesidad de rupturas plenas con dicha escuela, pueden citarse los proyectos escandinavos a los que se refiere Nordenstreng y que descansan en la identificación de las "necesidades informativas de los ciudadanos" (en Finlandia) y de las "lagunas de la información en la sociedad" (en Suecia).

La realidad aludida en estas dos expresiones sinónimas muestra claramente cómo se rebasa, en estos enfoques, el estudio de los *efectos* de la comunicación, que es donde se detiene el funcionalismo, para mirar el asunto desde la parte de atrás, es decir, no desde el punto de vista de qué le pasa al destinatario de la información cuando la recibe, sino del que examina más bien el tipo de información que los ciudadanos deben recibir.

Por su parte, el marxismo ha venido construyendo lentamente su visión teórica a este respecto. Entre nosotros, esta tendencia se manifiesta en trabajos

como el de Javier Esteinou. Este autor propone el uso de la categoría "formación social", preferentemente al de "modo de producción", como instrumento de análisis para ubicar los fenómenos sociales en el contexto total que los enmarca. A juicio de Esteinou, "modo de producción" es una categoría insuficiente para el examen de la comunicación, pues se refiere sólo al interior de una totalidad y no a su articulación con otras. "Es por lo tanto, dice, la categoría de formación social la que nos permite ubicar el fenómeno de la difusión masiva dentro de la coexistencia y articulación de diversos modos de producción, donde uno de éstos desempeña una función dominante, subordinando a los demás en sus diversos planos de actividad".

La construcción de una teoría alternativa a la del *stablishment* entraña diversos riesgos. Entre ellos sobresale el que Jesús Martín Barbero llama "la persistencia de la teoría negada". Esta consiste en la extraordinaria capacidad de supervivencia que tienen los conceptos propagados por el funcionalismo, al grado de que aparecen aun allí donde el análisis se reviste de terminología marxista. Para evadir este sincretismo, Martín Barbero propone romper el verticalismo y la unidireccionalidad del proceso comunicativo, porque éstos no son efectos sino la matriz misma, matriz epistemológica y política del modelo funcionalista, en el que no caben la contradicción y el conflicto. En este punto el autor plantea una concepción que conviene discutir. Asegura que "un método no es sólo una herramienta para abordar un objeto-problema; es también un punto de vista sobre el objeto que impide o posibilita que algo sea considerado problema". Ante una afirmación así uno se pregunta, bien entendido que el método no sea aséptico, es decir, que no aparece y se utiliza desprovisto de implicaciones y "sabor" derivados de una determinada cosmovisión, si no resulta posible expropiar al funcionalismo algunas de sus técnicas, o hasta si no resulta inevitable. Sin pretender obtener de él lo que no puede dar, esto es, la aprehensión de lo que no es medible cuantitativamente, sí parece posible en cambio completar, con las evidencias que aporta, el análisis del "campo de lo real histórico y de lo pensable". He allí una grave cuestión que tendrá que ser resuelta en la construcción de la teoría alternativa de la comunicación.

Otro tema fundamental en este enfoque es el relacionado con la ideología, sobre todo en relación con el modo en que Althusser ha desarrollado esta categoría. Sus críticos han encontrado en la concepción althusseriana (como lo sintetiza Gilberto Giménez) "la ausencia de la contradicción de clases. . . ; o lo que es más grave todavía, la presencia masiva del solo punto de vista de las clases dominantes". Esto es, que no hay ideologías dominante y dominada, como hay clases dominante y dominada, sino que sólo la dominante es ideología. En igual sentido se ha expresado Barthes: "La ideología es la idea en tanto que ésta domina; la ideología no puede ser sino dominante. . . No existe

ideología dominada; del lado de los dominados no hay ninguna ideología sino precisamente —y éste es el último grado de la alineación— la ideología que se ven obligados a pedir en préstamo a la clase que los domina. La lucha social no puede reducirse a la lucha entre dos ideologías rivales; lo que se halla en cuestión es la subversión de toda ideología”. Es claro que el modo en que se trabaje este concepto tiene consecuencias incalculables en una teoría alternativa de la comunicación, pues de admitir el postulado de que sólo hay ideología dominante quedaría cancelado el camino para que los dominados edificaran su propia teoría transformadora y liberadora. Naturalmente, la teoría alternativa de la comunicación ha de servir no sólo para comprender y construir la comunicación alternativa, sino también para identificar las trampas y desmontar la falsa legitimidad de la comunicación del *stablishment*. Es cierto que esta denuncia puede también formularse desde el interior de la teoría dominante. De hecho, abundan los señalamientos sobre el “uso distorsionado” de la comunicación, realizados desde aquel mirador. Pero es obvio que lo que se requiere es remover los fundamentos mismos del sistema comunicacional, y no sólo la corrección de sus eventuales desviaciones.

Esta propia labor de denuncia tiene que evitar esa frecuente forma de “optimismo catastrofista”, según la cual el sistema dominante se encuentra ya en tal decadencia que está a punto de caerse de viejo y que basta esperar su estrepitoso derrumbe. La teoría alternativa de la comunicación, como poseedora explícita de valores, no ha de contentarse sólo con redactar el acta de acusación (tarea que por lo demás no es prescindible ni desdeñable) sino que debe posibilitar un orden diverso del denunciado.

TEORIA DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA

La teoría de la comunicación alternativa tiene que comenzar por identificar los términos en que ésta se expresa. Es decir, se debe comenzar por definir el objeto de la teoría. Una primera aproximación a lo que sea la comunicación alternativa deriva de su relación con la comunicación dominante. Lo alternativo es, en ese enfrentamiento, lo *otro*, lo *diverso*, lo que no se atiene a las reglas impuestas por el sistema dominante.

Es este concepto de comunicación alternativa, muy general, el que aquí sustentamos. Por consecuencia, nociones como “comunicación marginal” o “comunicación popular”, las entendemos englobadas en la noción más amplia de lo alternativo. Este comprende a aquéllas, pero no se agota allí. En rigor estricto, siendo consecuentes con los planteamientos del apartado anterior, el carácter central de la comunicación alternativa es que sea comunicación de los dominados, de los oprimidos. Pero estos se encuentran en varias posiciones

dentro de la sociedad y es posible, por lo tanto, hallar diversas formas de alternatividad, de "otredad". Igualmente en estas notas consideramos lo alternativo como un proceso, en el que pueden hallarse diversos grados de avance.

En tal sentido, no compartimos la afirmación de José Ignacio Rey, comunicólogo venezolano, quien rotundamente establece que "cualquier propuesta de comunicación que pretenda ser alternativa presupone... el rechazo fundamental de la estructura comunicacional vigente". Esta sería una forma de la comunicación alternativa, pero no todas sus modalidades lo exigen, a condición de que no se pierda de vista el grado de determinación que la estructura dominante impone.

Algunos ejemplos pueden aclarar la idea expresada en los párrafos precedentes. La radiodifusión cultural en México es, frente al modelo de difusión comercial, sin duda un género diverso de emisiones. Lo es no sólo en cuanto a su motivación principal, que no consiste en el lucro que mueve a las estaciones operadas bajo el régimen de concesión, sino también en cuanto a sus contenidos.

La sola falta de avisos comerciales en la radiodifusión cultural significaría ya una diferencia nada despreciable, por cuanto que la publicidad difundida a través de la radio se aprovecha de los contenidos menos groseramente comerciales para penetrar. La diferencia fundamental consiste en la percepción del auditorio que es evidente detrás de cada uno de estos modelos. La radiodifusión comercial considera al público exclusivamente como un mercado, es decir, la mutila. Por más elemental que sea, en cambio, el diseño de la radiodifusión no lucrativa, ésta tiene frente a sí a personas en la acepción más cabal de la palabra, capaces aun de una mínima participación en el trazo de los contenidos, y asumidas a sí mismas como sujetos con inteligencia y sensibilidad susceptibles de ser educadas.

Juicios análogos pueden formularse, atendiendo a una perspectiva diferente, acerca de la publicidad "social" que en algunos casos se transforma en "contrapublicidad" y que se difunde sin embargo a través de los mecanismos vigentes de la comunicación. En igual sentido podríamos hablar de los diarios y revistas, escasos pero ciertos, que forman parte de la estructura periodística general, pero que por su intencionalidad, contenido y público, ejercen una comunicación distinta a la prevaleciente.

Tal vez se aduzca que estas modalidades de la comunicación alternativa no lo son en realidad sino que, al contrario, complementan a la dominante reforzándola. El argumento es significativo desde una posición maximalista, pero pierde vigor si se atiende, por una parte, a los resultados (aquellos géneros de comunicación alternativa, todavía verticales y unilaterales han generado un público capaz de advertir esos rasgos) y, por la otra, a las posibilidades propias

de cada fracción de clase (referirse a lo estrictamente popular entrañaría dejar de lado a las capas medias necesitadas también de la liberación).

Importa sobremanera no adoptar un concepto restringido de la comunicación alternativa. El citado José Ignacio Rey previene de confundir comunicación alternativa con comunicación de grupo. Y sin embargo, otro autor, Daniel Prieto Castillo, encuentra en la identificación de ambos términos una muy rica fuente de reflexión.

En su obra más reciente, Prieto Castillo confronta las nociones y la práctica que la comunicación colectiva y la de grupo o intermedia ejercen acerca del emisor, el código, el mensaje, los medios o recursos y el perceptor, y plantea claramente como opuestas las concepciones de cada caso.

El elemento conceptual que permite escapar a la noción restringida de la comunicación alternativa es el de la cultura subalterna, el folklore del que habló Gramsci como propio de las clases subalternas. En efecto, es preciso reconocer que las clases que están subordinadas económica y políticamente a las clases hegemónicas, lo están también culturalmente pero esta última circunstancia no les impide generar su propia cultura que, por el entreveramiento con la dominante resulta acaso ambigua e inorgánica, pero que no deja de tener realidad.

Eso es particularmente cierto respecto del folklore, que por supuesto no debe entenderse como una forma de designar el "pintoresquismo de la cultura popular" (puesto que tal designación proviene de la cultura hegemónica que de ese modo le da una calificación derogatoria) sino como lo hace Lombardi Satriani, "como una cultura específica elaborada, con diversos grados de fragmentariedad y de conocimientos, por la clase subalterna, con funciones contestatarias frente a la cultura hegemónica, producida por la clase dominante". Agrega Lombardi Satriani, con razón, que las categorías "dominados" y "dominadores" no se extienden exclusivamente al ámbito de la sociedad en su conjunto, sino que igualmente son aplicables a ciertos géneros de relación interpersonal: "uno de los ejemplos más evidentes, explica, está dado por las relaciones entre los sexos, en que las mujeres asumen el papel obligado de criaturas inferiores 'por naturaleza', respecto de los hombres, depositarios de los valores, y por lo tanto, como se ha señalado, constituyen, junto con el proletariado, la categoría de los oprimidos históricamente."

A este último propósito, es válido citar aquí que el feminismo es una de las formas de cultura subalterna que más activamente ejerce su propia modalidad de comunicación alternativa. Aparte una gran variedad de medios impresos (que entre nosotros llegó inclusive a lo grotesco: la edición de un diario antifeminista hecho exclusivamente por mujeres) la reivindicación de los derechos femeninos se hace también por las ondas electromagnéticas: desde julio del año pasado funciona, en Roma, Radio Lilit, definida a sí misma como

“separatista, no violenta y polémica”. Operada totalmente por mujeres, sus dirigentes sostienen que no se trata de un *ghetto*, sino de una muestra de conciencia cultural y política y de la fuerza que ha cobrado su movimiento. El nombre de la emisora proviene de la mitología bíblica: primera mujer de Adán, Lilit intentó rebelarse contra él y por esa razón fue sustituida por Eva.

Independientemente de los medios que emplee, es el grado creciente de participación lo que distingue a la comunicación alternativa de la del sistema. Ciertamente, podemos calificar de *populista* la comunicación dirigida a las clases populares aunque no generada por ellas. Pero creemos que hay pleno derecho a calificarla de alternativa si promueve su participación y alienta el que se convierta en *popular*, es decir, comunicación de y para el pueblo.

Con su claridad visionaria, Brecht advertía, recién nacida la radio, que la alternativa era hacerla instrumento de comunicación, esto es, camino de ida y vuelta: “. . . la radio tiene una cara donde debería tener dos. Es un simple aparato distribuidor, simplemente reparte. Y para ser ahora positivos, es decir, para descubrir lo positivo de la radiodifusión, una propuesta para cambiar el funcionamiento de la radio: hay que transformar la radio, convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico; es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir; por tanto, no solamente oír el radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los oyentes en abastecedores”.

Concluamos estas consideraciones respecto de la comunicación alternativa en el interior de un país, reafirmando que ésta se vuelva estrictamente popular nada más que en la última instancia, entendida no como última en el tiempo sino en la extensión del grado de participación. La comunicación popular consiste, así, en que los oprimidos dejen de ser meros receptores para convertirse en emisores. Se trata, entonces, de un proceso que culmina con la devolución del habla al pueblo, de romper con ello el silencio a que la dominación lo condena.

Téngase presente, por último, que una relación subordinante análoga a la que se observa entre las clases dominadora y dominada en el interior de un país, existe también entre naciones. Importa, por lo tanto, meditar en que la cultura transnacional, y por consiguiente la comunicación transnacional, ejercen dominio sobre la cultura y la comunicación nacionales que, por ende, han de convertirse en alternativa frente a aquéllas.

INVESTIGACION ALTERNATIVA

Desarrollamos a continuación dos maneras de concebir la investigación alternativa. Por una parte, entendemos como tal la indagación sobre los fenómenos de la comunicación colectiva del sistema dejados de lado por la investigación institucional, generalmente fundada en la escuela norteamericana. De otro lado, la definimos como la investigación específica sobre la comunicación alternativa.

En cuanto al primer aspecto, es notorio que el esquema de comunicación en que se basa el funcionalismo privilegia algunos temas y margina otros, lo cual no es resultado de la casualidad sino del propio modelo de comunicación. Todo aquello que significa la reproducción del sistema es el objeto de estudio de la investigación conservadora. Todo cuanto lo transforme debe constituirse en el meollo de la alternativa de investigación.

Un primer problema por resolver es el de la ubicación institucional de la investigación. En nuestro medio, la indagación científica de todo género corre principalmente a cargo de organismos públicos, sobre todo universidades y otras instituciones de enseñanza superior. En materia de comunicación no podía dejar de repetirse el fenómeno. Las escuelas y facultades dedicadas a la comunicación, sin embargo, tienden a destinar sus recursos y su atención mucho más a la docencia que a la pesquisa científica. De allí que la investigación en comunicación sea generalmente pobre. Tal vez no sea casual, por eso, que la sede de nuestro encuentro sea la Unidad Xochimilco de la Universidad Autónoma Metropolitana, donde funciona un taller de investigación en comunicación masiva, que cuenta entre los muy escasos centros donde se produce y difunde sistemática y periódicamente indagación sobre el tema. Aparece evidente, entonces, la necesidad de emplear al máximo los recursos de participación en la toma de decisiones dentro de las universidades, a fin de optimizar el uso de los recursos que de todas formas están ya afectados a propósitos de investigación.

Paralelamente es preciso construir alternativas institucionales a la investigación en los centros académicos, capaces de suplir las deficiencias que en aquéllos se observen. La propia asociación de la que formamos parte debe estar en condiciones, además de reunir a los profesionales de la investigación, de convertirse ella misma en asiento de núcleos de investigadores que en su seno realicen su trabajo. Una primera aportación relevante en este campo, fácilmente practicable, puede ser la elaboración de un inventario nacional de recursos dedicados a investigar en comunicación. Bastaría, para iniciarlo fructuosamente, que los miembros de la AMIC, y los asistentes a este encuentro que no pertenezcan a ella, aportaran por escrito una breve descripción de los temas que están indagando y los enfoques con que los abordan. No es necesario subrayar

la gran cantidad de concordancias y diferencias, duplicidades y complementaciones que surgirían de un registro de esta naturaleza.

Intentaremos en seguida enumerar, sin pretensiones exhaustivas, algunas de las regiones de investigación en que la pesquisa alternativa puede hacer aportaciones de gran utilidad. Cabe insistir en que la primera sigue siendo, todavía, la que se refiere a desenmascarar los mecanismos de la comunicación dominante. La estructura de propiedad de los medios, que ha sido ya iniciada con asedios brillantes, está, sin embargo, en sus comienzos. Normalmente la indagación de este tipo se concentra en la ciudad de México, pero deja de lado fenómenos de gran importancia en el interior del país.

Se precisa asimismo ahondar en terrenos apenas roturados. La investigación pionera de Raúl Trejo sobre la prensa marginal no ha sido continuada ni puesta al día. Hay también trabajos iniciales en cuanto a teatro popular, la prensa obrera, la vinculación en organización y comunicación popular, etc., pero es posible ir adelante. Cabe aquí citar el interesante proyecto llevado a cabo en Radio Educación en torno a una serie denominada "Pásele, pásele, aquí no le cuesta nada aprender", que consistió en la elaboración de 99 programas radiofónicos realizados a partir del análisis de necesidades de información de núcleos populares seleccionados, en los que se evaluó más tarde, con un enfoque integrador, qué sucedió después de recibida la información.

Otras áreas permanecen vírgenes en espera de investigación, al menos entre nosotros. Diversos avances tecnológicos permiten ya abatir la dificultad material y financiera de realizar comunicación popular. Es ya posible hacer impresos, radio y aun cine, y difundir sus productos a bajo costo. Se requiere investigación que precise los modos de ponerlos en práctica, y no sólo desde el punto de vista técnico sino también jurídico. Este ámbito, a menudo tan desdeñado, podría ser sumamente fructífero. Dos ejemplos de ello pueden ser los siguientes: 1).—Se ha dicho con razón que la fotocopiadora ha hecho de cada persona un impresor. Pero aquí, como en otros aspectos de la comunicación, está mal distribuido el acceso a los bienes relativos. En este ámbito, esa situación se agrava por la práctica de las empresas fabricantes de no vender, sino alquilar sus equipos, con lo cual conservan el monopolio de esa forma de reproducción. ¿Se imaginan ustedes la explosiva capacidad de difusión que surgiría si un alegato jurídico fundado en la investigación del caso condujera a obligar a las empresas productoras a transmitir la propiedad de sus aparatos?; y 2).—En el terreno internacional, el reparto de frecuencias radiofónicas ha beneficiado a las grandes potencias no tanto por su capacidad técnica sino por la información jurídica de sus representantes, y de la cual carecen los personeros de los países en desarrollo.

Recojamos, por último, la recomendación de Martín Barbero, quien aconseja estudiar, junto al lenguaje del medio de comunicación alternativa, "los códigos

de percepción y reconocimiento, los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan confundidos ya la memoria popular y el imaginario de masa”.

PRACTICA DE LA COMUNICACION ALTERNATIVA

La ciencia que se queda en los gabinetes se esteriliza. El ciclo de la investigación científica no se cierra ni siquiera en la difusión de sus resultados sino, cuando adquiere concreción práctica, en la transformación de la realidad que estudia. Es imprescindible, por lo tanto, la presentación de alternativa específica para la comunicación, ya no para su investigación, sino para su práctica.

El momento en que vivimos impone, en esa línea de acción, referirnos al derecho a la información. No es un pegote a un tema en que deba prevalecer lo científico, pues ya dijimos que éste no existe desprovisto de una dimensión política. Así, abordar el derecho a la información, como finalmente aparece en la convocatoria para este encuentro, es la conclusión obligada de los razonamientos anteriormente expuestos.

Concepto y fenómeno abrumadoramente complejo, cabe aquí destacar del derecho a la información lo que concierne a su aspecto participativo. Participación es la clave en la que queremos detenernos. Un examen superficial de los medios de comunicación colectiva en nuestro país muestra con claridad su verticalismo, su unilateralidad. El analfabetismo pleno afecta a más de siete millones de adultos. Más de trece millones de alfabetizados no terminaron su primaria y por lo menos una parte padece un fenómeno de regresión pues ha perdido el alfabeto por falta de ejercicio. Cerca de un millón de personas no habla español. Y anualmente unos doscientos mil jóvenes cumplen quince años sin haber aprendido a leer, con lo que el rezago se acentúa.

Esta vasta población está de suyo marginada de los medios impresos. Una porción de ellos lo está igualmente de otros instrumentos de difusión, pues habita en regiones deprimidas económicamente. Allí no se establecen los medios de difusión comerciales, pues carecen de mercado y en la lógica mercantil implantarse en ellas resulta un absurdo. De manera que utilizando las cifras anteriores, que son notoriamente conservadoras, tenemos a un tercio de la población nacional ausente de los procesos de comunicación colectiva. Esa población constituye una comarca humana harto propicia a formas de comunicación alternativa, como la de grupo. Al mismo tiempo, sin embargo, tendría que ser destinataria de mensajes que favorezcan su autopromoción difundidos a través de los mecanismos de comunicación social.

Pero respecto de este sector nacional, y del resto de los mexicanos que son

ya, o pueden ser, por su ubicación social y geográfica, usuarios de los medios, hemos de decir que están afectados casi por entero de una total pasividad frente a dichos medios.

El diseño de los contenidos de lo que leen, ven y escuchan, les resulta completamente ajeno. Y eso no es cierto solamente tratándose de las personas individualmente consideradas. Lo es asimismo respecto de fuerzas sociales organizadas que tienen vedado o restringido el acceso a los medios, ya no digamos para proponer sus propios mensajes, sino aun para defenderse cuando son agredidas. La Universidad Autónoma de Puebla ha protagonizado, en días recientes, un caso en que se ejemplifica vivamente esa doble circunstancia: además de que se le ha negado durante largo tiempo el permiso para establecer una radioemisora (mientras que en el mismo lapso se han otorgado 13 concesiones comerciales) el día en que promueve una marcha de protesta contra esa dilación, el mitin es evitado y sus frustrados integrantes vilipendiados en el principal noticiario de la televisión mercantil, en el que por supuesto no hubo lugar para sus razones.

La participación en la radio y la televisión esta circunscrita al Estado mismo, a un poderosísimo monopolio y a un puñado de consorcios menores y no necesariamente desvinculados de aquéllos. Considerando sólo a los emisores, salta a la vista la necesidad política de impulsar una redistribución de las oportunidades de emisión, de tal suerte que se multipliquen las visiones del mundo que hoy se expresan en los medios. La entrega de tiempo del Estado a los partidos políticos nacionales, por más que sea escasísima y se esté ejerciendo en contravención a disposiciones legales y administrativas, sirve de ejemplo de lo que es posible hacer si se amplía la participación en las emisiones.

Cumplido que fuera ese propósito, quedaría subsistente el problema de la unilateralidad. Se impone, por lo tanto, convertir a cada receptor en un transmisor en potencia; promover la interacción de los participantes; favorecer la producción colectiva; estimular el control socializado por organizaciones autogestoras, que son algunas de las fórmulas propuestas por Hans Magnus Enzensberger para lograr un uso emancipador de los medios.

Es siempre obligado trasladar al ámbito de las relaciones internacionales los términos en que se ejercen las internas. El factor de dominación impuesto por la comunicación transnacional a nuestros países es de sobra conocido. Lo que importa subrayar ahora es la posibilidad de paliar primero, y de eliminar después, sus nocivos efectos. Estudios como *Compropolitan* que desmonta las tretas de las revistas norteamericanas para mujeres, y como *Comunicación dominada* referido a la abrumadora presencia de los Estados Unidos en los medios de América Latina, sirven de premisa al apoyo que en este orden es preciso dar a la creación y desarrollo de agencias nacionales de noticias y a los

pactos de operación suscritos entre ellas. Se dirá que en este como en otros casos optando por esta solución no se hace sino trasladar el problema, pues de todas maneras enfrentamos el riesgo de la manipulación, que pasa de ser transnacional a gubernamental. Frente a dicho argumento hemos de confesar nuestra convicción de que el gradualismo es el proceso posible de autonomización de las clases y naciones dominadas frente a las que las subordinan. En ese sentido reconocemos con Enzensberger que hay manipulaciones inevitables y a lo que debe aspirarse por consiguiente es a que cada uno sea un manipulador.

En conclusión diremos que el acceso a la comunicación popular pasa por otras formas de comunicación alternativa que conservan esa identidad si están referidas a aquélla, que debe ser su culminación.