

UNIVERSIDADE FEDERAL DA INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA – UNILA

“Anais do I Encontro de Estudios Sociales desde América Latina y el Caribe: cenários
linguístico-culturais contemporâneos”
07, 08 e 09 de novembro de 2013 - UNILA

FOZ DO IGUAÇU - 2016



LAS APUESTAS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA LA INTEGRACIÓN POPULAR LATINOAMERICANA

Daniela Parra Hinojosa

Maestría en Estudios Latinoamericanos - UNAM

La integración latinoamericana tiene décadas de historia, matices culturales variados, miradas políticas divergentes, circunstancias históricas peculiares y acepciones ideológicas que llegan incluso al antagonismo. Sus diferentes niveles, acepciones y escalas han dado como resultado tres principales apuestas: las que se dan desde de los intereses del capital (ALCA, TLC), la impulsada por Estados y gobiernos (UNASUR, MERCOSUR, ALBA, CELAC), y la que es formulada por pueblos y movimientos sociales¹. A su vez, entre y dentro de las mismas, encontramos planteamientos y proyectos políticos variados que no necesariamente van en paralelo, sino que tienen puntos tanto de encuentro como de ruptura.

Este texto –que es parte de una investigación en curso – apunta a explorar la dimensión popular de la integración latinoamericana y desde ahí busca vislumbrar las nuevas apuestas comunicacionales que desde la alternatividad, construyen otros discursos, estéticas y contenidos sobre América Latina, así como redes de contacto y herramientas organizativas para los movimientos sociales en pos de un proyecto de transformación y emancipación social en la región.

EL CONTEXTO

La reciente creación de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC), junto con el fortalecimiento de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), la Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América-Tratado de Comercio de los Pueblos (ALBA-

¹ Algunos espacios de convergencia continental han sido, de acuerdo con Gustavo Cotas (2006): “Vía Campesina y la Coordinación Latinoamericana de Organizaciones del Campo (CLOC); los encuentros de pueblos indígenas que han dado por resultado el surgimientos de coordinaciones (amazónica, andina, entre otras); Jubileo Sur Américas y “50 años [de FMI y Banco Mundial] bastan”; la Marcha Mundial de Mujeres y la Red Mujeres Transformando la Economía (REMTE); el Frente Continental de Organizaciones Comunitarias (FCOC); la Alianza Social Continental (ASC), la Campaña Continental contra el ALCA y los Encuentros Hemisféricos de Lucha contra el ALCA; la Convergencia de Movimientos Populares (COMPA); la Asamblea de los Pueblos del Caribe (APC); el Foro Social Mundial, el Foro Social Américas y el Foro Sindical de las Américas (primera experiencia de espacio sindical ampliamente unitario desde la Segunda Guerra Mundial), entre varias otras” (196).

TCP) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), parecen permitirnos asistir y augurar una mayor autonomía política y económica de la región. En este nuevo escenario, América Latina comienza a proyectarse con una voz cada vez más unificada en el concierto mundial, marcando un momento especial en la historia de la integración latinoamericana.

La construcción de esta voz enfrenta uno de sus mayores desafíos: la creación de proyectos de comunicación que apunten a la democratización frente al poder mediático que detentan las empresas transnacionales de la información y la comunicación.

De acuerdo con Gustavo Mastrini y Martín Becerra (2006), en América Latina el grupo mediático más importante acapara más del 30% del mercado, “mientras que los primero cuatro, juntos, superan el 80%” (Cit. en Mora, 2010). Asimismo, se advierte que:

El medio con mayor índice de concentración es la TV abierta, con 85%, seguido por la TV por cable (84%) y la prensa (62%). La radio es el medio menos concentrado, con 31% de cuota de mercado para los cuatro primeros operadores. Entre esos primeros operadores figuran empresas de los grupos: Televisa de México, Cisneros de Venezuela, Globo de Brasil y Clarín de Argentina. En la práctica, estos consorcios han asumido las funciones de oposición política, ante la descomposición y vaciamiento ideológico de los partidos tradicionales (Cit. en Mora, 2010).

Es por ello que:

La idea de que no es posible la integración profunda de América Latina y el Caribe si al mismo tiempo no se construyen los consensos sociales en torno a nuestra unidad de destino común desde la esfera de lo simbólico, de la cultura, de la producción de sentido y las comunicaciones, cada vez adquiere mayor reconocimiento y presencia en los organismos de integración regional (Mora, 2012).

De esta manera, los organismos han comenzado a retomar la centralidad de la comunicación en los procesos de integración no solamente con la finalidad de desafiar a los monopolios mediáticos en materia de políticas, legislación e infraestructura tecnológica, sino también para la ampliación de ventanas desde donde se pueda mirar y abordar la diversidad cultural y social latinoamericana, propiciando otro tipo de acercamiento entre pueblos.

Los avances en este sentido son aún incipientes pero relevantes, como la creación de Telesur², la Radio del Sur del ALBA³, la Unión Latinoamericana de Agencias de Noticias (ULAN)⁴, así como la propuesta de crear un Consejo de Comunicación y una Red de Medios Públicos de Suramérica de Unasur. Resulta preciso evaluar los verdaderos alcances y posibilidades de estas iniciativas, así como sus aciertos y errores en la construcción de un proyecto de comunicación de amplio alcance en la búsqueda por la democratización.

Por otro lado y desde otra trinchera, movimientos sociales de diversa índole han asumido, sobre todo a raíz de la Cumbre Social por la Integración de los Pueblos en 2006, la tarea de construir una integración popular⁵. La propuesta de integración popular latinoamericana, explicitada posteriormente en la Carta de los Movimientos Sociales de las Américas en el Foro Social Mundial de Belem en 2009, cuestiona y rechaza el modelo neoliberal, extractivista y mercantilista que algunos gobiernos han adoptado como forma de integración, aun teniendo un carácter progresista. Tal es el caso de la Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Suramericana (IIRSA):

Es necesario construir colectivamente un proyecto popular de integración latinoamericana, que replantee el concepto de “desarrollo”, sobre la base de la defensa de los bienes comunes de la naturaleza y de la vida, que avance hacia la creación de un modelo civilizatorio alternativo al proyecto depredador del capitalismo, que asegure la soberanía latinoamericana frente a las políticas de saqueo del imperialismo y de las transnacionales, y que asuma el conjunto de las dimensiones emancipatorias, enfrentando las múltiples opresiones generadas por la explotación capitalista, la dominación colonial, y el patriarcado, que refuerza la opresión sobre las mujeres.

La ULAN nace en Caracas en el año de 2011 con el objetivo de construir “un bloque regional de producción informativa para promover la democratización de la comunicación en

² La Televisora del Sur (Telesur), proyecto del gobierno venezolano, inicia sus transmisiones en 2005. Telesur se define como un “medio de comunicación latinoamericano de vocación social orientado a liderar los procesos de unión de los pueblos del Sur” y afirma: “somos un espacio para la construcción de un nuevo orden comunicacional”. El proyecto cuenta con el auspicio de 9 países latinoamericanos, así como del Mercosur y la Unasur. Su cobertura, que es en su mayoría vía satelital, abarca casi la totalidad América Latina, Estados Unidos y algunos países de Europa. Telesur genera contenidos que apuntan a ser un contrapeso de la información manejada por las grandes cadenas internacionales de noticias.

³ Desde 2011, La Radio del Sur funciona en consonancia con Telesur en el objetivo de contribuir a la integración regional a través de una nueva propuesta comunicacional con información y contenidos generados desde televisoras y radios latinoamericanas. Esta radio, aunque puede ser escuchada desde cualquier parte a través de su sitio web, sólo puede ser sintonizada en FM en Caracas y otras ciudades venezolanas.

América Latina”. Esta “asociación supranacional” cuenta con 10 agencias de noticias miembro de Argentina, Bolivia, Brasil, Cuba, Ecuador, Guatemala, México, Venezuela, Paraguay y Perú.

5 El Manifiesto de Cochabamba del 2006 declara al respecto: “Consideramos que se requiere otro tipo de integración en la cual prime la cooperación sobre la competencia, los derechos de los habitantes sobre los intereses comerciales, la soberanía alimentaria sobre la agroexportación, la acción decidida del Estado en procura del bienestar sobre las privatizaciones y el sentido de equidad sobre el afán de lucro, el respeto del medio ambiente sobre el saqueo despiadado de los recursos naturales y la equidad de género sobre la injusta división sexual del trabajo. También debe primar el reconocimiento, respeto y promoción del aporte de las comunidades originarias sobre la marginación, explotación y folclorización de sus valores y tradiciones económicas y culturales” (1). Al respecto, puede consultarse asimismo el Manifiesto de Santiago de la Cumbre por la Amistad e Integración de los Pueblos Iberoamericanos (2007), las Declaraciones de Montevideo (2007) y de Asunción (2009) de la Cumbre de los Pueblos del Sur y la Declaración de la Asamblea de Movimientos Sociales del Foro Social Temático en Porto Alegre (2012).

Otros movimientos han manifestado su apoyo al proceso impulsado por el ALBA-TCP, ya que ven en él la posibilidad de articular sus luchas y crear espacios de acción en favor de sus reivindicaciones⁶. Esto da lugar, como ya apuntábamos, a distintos modos de articulación con los Estados y organismos regionales, generando nuevos encuentros y tensiones sobre el carácter que debe adquirir el proyecto integracionista. Los movimientos sociales que abogan por la integración popular han insistido en la comunicación como elemento indispensable para viabilizar dicho proyecto. La formulación es simple: sin la incorporación de la comunicación en un sentido amplio, no habrá integración (Ulloa, 1992; León, 2006; Burch, 2009; Tamayo, 2010). Para ello se ha visto “la necesidad de construir una agenda mediática propia, en alianza con los movimientos sociales y redes de comunicación alternativa, para posicionar temas y enfoques frente a la agenda que imponen los medios comerciales” (ALAI, 2012).

Y es que los conglomerados mediáticos, las industrias culturales y de entretenimiento a nivel global tienen una fuerte influencia en la región, lo cual se aúna a los oligopolios de los que forman parte diversas empresas latinoamericanas de comunicación. Esta influencia se traduce en determinados discursos, imágenes estereotípicas, estéticas y narrativas hegemónicas sobre la realidad latinoamericana que utilizan lo popular en lo masivo (Martín-

Barbero, 1988), que invisibilizan pero también evidencian, que acercan pero también provocan desencuentros entre nuestras culturas y realidades.

En este contexto, el papel que pueden jugar los medios de comunicación alternativa, comunitarios y populares es central. Estos medios, en alianza con los movimientos sociales, pueden plantear y han planteado ya desde hace décadas, otro tipo de discursos, imaginarios y realidades sobre América Latina para propiciar y fortalecer la integración popular. Dichos proyectos tienen un papel esencial más allá de la mera producción mediática: también son actores primordiales en la lucha por la democratización de la comunicación, la formación de comunicadores populares y la creación de redes a nivel continental y global. Además, su relación y papel en los proyectos de comunicación de los organismos de integración también es de resaltar, ya que impulsan una agenda

Este es el único organismo de integración que cuenta con un Consejo de Movimientos Sociales, al lado del Consejo Social, el Consejo Político y el Consejo Económico en la estructura del ALBA-TCP. Además se ha creado la Asamblea Continental de los Movimientos Sociales hacia el ALBA como un espacio de articulación autónomo pero que comparte el proyecto de integración del ALBA y lo tiene como su horizonte que contempla temas tales como: políticas internacionales de comunicación, políticas de creación e intercambio de contenidos, consolidación de observatorios de medios, políticas de apropiación democrática de las TIC, entre otros.

La relación entre comunicación e integración es un tema reciente pero de creciente interés que requiere ser cuidadosamente explorado a raíz de las nuevas apuestas que desde diferentes espacios se están proponiendo. Por su diversidad y complejidad, se augura una serie de retos y desafíos para la comunicación alternativa, por lo que se pretende dilucidar el papel que juega la comunicación en los procesos de integración, mapear a los diferentes actores que forman parte de estos procesos, concretamente a los movimientos sociales y analizar las diversas iniciativas que están proponiendo los medios populares para la integración. Todo ello en un contexto de fuerte monopolización y transnacionalización de la comunicación y la consecuente lucha por su democratización.

¿Una integración desde dónde y una comunicación para quién?

Profundizando en el tema, cuando se habla de integración latinoamericana, el análisis predominante ha girado en torno a la dimensión económica del proceso. A lo largo de la historia, desde la creación de organismos como el Mercado Común Centroamericano (MCCA)

en 1960, el Pacto Andino -hoy Comunidad Andina de Naciones (CAN)- en 1969, y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) en 1980, la integración ha privilegiado, no sólo en la teoría sino en la práctica, lo referente a la apertura comercial y cooperación en el ámbito productivo.

Posteriormente, desde su creación en 1991, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) ha representado un proyecto de integración más complejo que no es sólo comercial, sino también político y cultural (Páez, 2007). Esto ha generado nuevos debates en torno a las propuestas culturales y de integración social que debieran impulsar los nuevos organismos más allá de lo meramente económico con la intención de fortalecer las soberanías nacionales, la cooperación económica y la resolución de conflictos políticos, entre otros temas.

Por ello, cuando se habla de casos como el ALBA-TCP creado en 2004 y la UNASUR nacida en 2008, que incorporan esquemas distintos y más complejos de cooperación y autonomía regional en donde se contemplan proyectos de defensa, infraestructura, energía, independencia tecnológica y una nueva arquitectura financiera regional, surgen cuestionamientos en torno a los objetivos y estrategias que deben seguirse para que la integración logre tener un entramado socialmente denso y que de esta manera sea sostenible a largo plazo.

Ya en 1991 Ruy Mauro Marini apuntaba que la integración “debe dejar de ser un mero negocio, destinado tan sólo a garantizar áreas de inversión y mercados, para convertirse en un gran proyecto político y cultural” (5). Este proyecto debía ser capaz de articular las demandas de diversos sectores populares y ser asumida como una tarea de los movimientos sociales.

En esta lógica, Jorge Turner (2008) recalca: “[...] ahora sabemos que no basta con que los esfuerzos de unión sean patrocinados únicamente por los gobiernos, sino que lo más importante es que el imaginario popular se adentre en la conciencia colectiva de lo que ha sido nuestro pasado y lo que debe ser nuestro futuro” (544). Esto exige, dice Turner, “la formación de redes de comunicación propias en las que se incluya la difusión necesaria en escuelas, sindicatos, grupos indígenas y campesinos, intelectuales y partidos políticos afines a la propuesta” (544). De esta manera, entran en juego otros elementos para hablar de la integración: lo popular, las identidades, los imaginarios, la cultura, la comunicación.

Siguiendo dicha ruta, encontramos que es en la integración popular, la impulsada por los movimientos sociales y la sociedad civil en sus diversas y conflictivas articulaciones con el

Estado, la que presenta un lugar privilegiado para hablar de un proceso que incluya a la comunicación como elemento central, así como las otras categorías ya mencionadas arriba.

El tema del papel que juega la comunicación en la integración va teniendo mayor cabida en los debates sobre el presente y futuro de la unión latinoamericana. Los esfuerzos de análisis dirigidos en este sentido se registraron en un inicio con la incorporación de la dimensión cultural e identitaria en la integración (Ulloa, 1992; Roncagliolo, 1992; Recondo, 1997); y posteriormente, el análisis sobre el papel preponderante que juegan las industrias culturales y medios de comunicación masiva en la integración en el contexto de la globalización (García Canclini y Moneta, 1999; Garretón et. al, 2003).

Si bien dichos aportes han sido importantes para colocar el tema de la cultura y la comunicación en la agenda de la integración y que ahora podemos ver incorporado en los proyectos de los organismos regionales, poco es lo que se ha abordado desde las iniciativas concretas de comunicación popular y alternativa para la integración. Es preciso recalcar que estas iniciativas no sólo tienen una pretensión culturalista o meramente identitaria, sino que están enmarcadas en proyectos políticos muy concretos que nos plantean diferentes visiones sobre el cariz que puede adquirir la integración en un contexto de lucha por la autonomía regional. Es reconociendo el carácter histórico y político de estas iniciativas que se propone la formulación del análisis teórico de dichos procesos.

Los proyectos de comunicación alternativa de corte netamente continental y con proyección integracionista son aún incipientes pero adquieren cada vez mayor relevancia dado el contexto de concentración mediática y de lucha política que vive la región. El papel estratégico que juega la comunicación ha sido ampliamente asumido por los movimientos sociales y por ello va ganando mayor terreno en sus programas de lucha.

En este sentido, son importantes los aportes que la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) está haciendo en el debate para establecer puentes entre la integración y la comunicación alternativa, así como las articulaciones existentes entre los Estados, los organismos regionales y los movimientos sociales (Burch, 2009; León, 2010; Tamayo, 2010). Sin embargo, aún se precisa de un análisis teórico más elaborado, entendiendo también que muchas de estas experiencias están en proceso de formación y consolidación.

Pero, ¿por qué hablar de comunicación y medios alternativos? La discusión se torna más amplia y compleja cuando se sitúa en el espacio latinoamericano, debido a la diversidad

de experiencias y multiplicidad de sentidos que desde hace más de cincuenta años se han abocado a la construcción de una comunicación popular.

Nos interesa recuperar, como se había especificado previamente, el lugar de la integración popular y de los movimientos sociales como un espacio privilegiado para la comunicación. En este sentido, han sido los movimientos sociales quienes desde su acción concreta han desarrollado la mayor cantidad y diversidad de experiencias de comunicación participativa en América Latina (Gumucio, 2001). Dichas experiencias se insertan en una lucha contrahegemónica por discursos propios que no estén mediados por los grandes relatos.

Lo categoría de lo alternativo es materia constante de debate. No existe un consenso en torno a una única definición a causa de la multiplicidad de prácticas comunicacionales que a veces son contradictorias entre sí. Por ello, vale la pena retomar algunos de los aportes que desde esta categoría nos permiten comprender los procesos de comunicación para la integración en el momento actual que vive la región.

Esto implica ligar lo alternativo a un proyecto más amplio del cual forma parte y sin el cual es imposible comprenderlo. E implica también discutir dichas definiciones al lado de los proyectos de comunicación que están en esta búsqueda para preguntarnos juntas y juntos desde dónde están viendo la comunicación, desde dónde están viendo América Latina y qué propuestas y apuestas estéticas, narrativas y discursivas, pero también políticas y estratégicas se plantean para la integración.

En el plano de la discusión teórica, en los años ochenta se establece en América Latina la noción de medios alternativos como actores clave en el proceso de democratización de la información. En el libro *Comunicación Alternativa y Cambio Social* (1989), coordinado por Máximo Simpson Grinberg, se definió a los medios alternativos como los que “[...] en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural, implican una opción frente al discurso dominante”

De acuerdo con esta perspectiva, la comunicación alternativa en América Latina se define como un antídoto de las estructuras capitalistas transnacionales por su carácter democrático y participativo, así como “[...] una propuesta y proyecto que cuestiona la concentración del poder comunicacional” (40). Una comunicación con flujos horizontales que promueve el empoderamiento popular y que usa los medios en un proceso revolucionario. Se caracteriza también por tener relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que están insertas en estrategias de cambio social estructural, y que exigen un cambio en las

relaciones comunicacionales desde los sistemas de propiedad, control, elaboración y difusión de mensajes.

Bajo este entendido, el énfasis que interesa retomar es la centralidad del discurso alternativo en el quehacer del medio, siempre enmarcado en un contexto histórico-político determinado. Cabe pues preguntarse en el caso de la comunicación para la integración: ¿desde dónde se posicionan estos medios frente al poder? ¿Qué buscan evidenciar o abordar? ¿Cómo se construye ese discurso? ¿Bajo qué premisas y con qué objetivos?

En una perspectiva más reciente y complementaria a la anterior, Natalia Vinelli y Carlos Esperón (2004) nos hablan de estos medios como contrainformativos. Retomando a Armando Cassigoli (1981), enfatizan no sólo el elemento discursivo, sino la importancia de rasgos como la estructura del medio, las formas de propiedad y gestión, el tipo de relación que se establece con los destinatarios, la formulación de los contenidos, las formas de financiamiento y, de manera especial, la vinculación con los movimientos sociales y políticos.

Esta visión es compartida por Chris Atton (2001) en su noción de medios alternativos. Atton enfatiza el potencial transformador de los medios como instrumentos de comunicación en redes sociales, centrándose en dos elementos claves para este estudio: los procesos y los productos, en donde los primeros tienen primacía sobre los segundos.

Atton encuentra que la heterogeneidad que defienden los medios alternativos no sólo debe darse en cuanto a la incorporación de múltiples voces, sino de una diversificación en términos de producción, organización y relaciones, así como de distribución. Lo alternativo pues, reside también en las formas creativas, innovadoras y originales de producir el medio, de organizarlo, distribuirlo y la forma en la que se insertan en un contexto sociocultural y político determinado. El autor afirma que los medios alternativos se construyen no sólo por la crítica que hacen de los medios corporativos, sino de su propia agenda de información y comunicación, basada en la vida cotidiana de los grupos sociales a los que atiende. Una construcción fundada en una libre circulación de ideas más que de rentabilidad y de un acceso real de los medios a los grupos para contar sus propias historias.

Por otro lado, resulta importante destacar el aporte que hace John Downing (2001) en su conceptualización de medios radicales alternativos. Downing coloca en la mesa nociones de vida cotidiana, contrahegemonía, movimientos sociales, concientización y mediaciones que permiten ampliar el espectro del quehacer de estos medios.

A pesar de que el autor coloca a estos medios como de “pequeña escala, bajo presupuesto, opositores y horizontales” (2005: 5), lo cual los puede colocar en una situación de marginalidad, se rescata la vinculación que hace de estos medios con los movimientos sociales y que estos abarcan tecnologías variadas desde el baile, grafiti y sátiras políticas, hasta periódicos, sitios Web, proyectos de video alternativo o radios de baja potencia, lo cual ofrece posibilidades para analizar las diferentes apuestas que se tienen desde la comunicación para la integración.

Cabe hacer aquí un paréntesis en la enunciación de dichas posturas. Interesa recalcar que en este trabajo lo alternativo no refiere a una categoría únicamente dicotómica o de oposición, sino que como señala Jesús Martín-Barbero (1988), lo alternativo lo es en tanto que asume la complejidad y heterogeneidad de los procesos de relación entre lo popular y lo masivo. Esto es especialmente importante cuando hablamos de integración popular y comunicación alternativa, ya que existen cruces e intersecciones entre la cultura masiva y las aspiraciones cotidianas de los sectores populares.

Martín-Barbero (1988) nos invita a analizar la complejidad en los procesos comunicativos en medio de las tramas culturales latinoamericanas, esto es, a pensar la cotidianidad comunicativa de las masas yendo más allá de lo meramente mediático para pensar las historias de dominación, de conflicto y contradicciones en donde lo popular es todo menos algo homogéneo.

De esta manera, rescatamos el planteamiento de que las diferencias entre lo masivo y lo alternativo no son puras, sino que se dan trayectorias en donde interviene la complicidad, la negociación, la resistencia y la réplica de las audiencias. Esto implica desechar la visión de los receptores pasivos y reconocer que en lo masivo hay zonas de tensión y fracturas en las que intervienen diversas luchas y apuestas de lo alternativo. En el tema que nos ocupa, las apuestas de los medios alternativos para la integración implican itinerarios de redefinición de identidades e imaginarios, de discursos y narrativas, de estéticas e historias que pasan por redefinir lo nacional, así como lo supuestamente puro y verdadero de nuestra diversidad cultural.

Bajo esta lógica, reconocemos también los aportes de Paulo Freire en cuanto al énfasis que hace de la dimensión dialógica de la comunicación (Marques, 2008). Es ahí donde entran los procesos de concientización, de liberación, de hablar de lo que se ha callado y tergiversado sobre nuestras realidades como latinoamericanos y comenzar a hablar, comprender y gritar

los dolores, las alegrías, los sueños y los futuros imaginados desde el piso en que se está parado.

Y es que finalmente el reto de la integración popular implica construir una unión de las luchas anticapitalistas para el encuentro y formulación de una política de radical inclusión y participación de las mayorías. Esto arranca, siguiendo a David Harvey (2000), con la detección del “patrón y las cualidades sistémicas del daño causado en diversas escalas y diferencias geográficas” del capitalismo. Esto es, identificar los dolores comunes y aprender de las resistencias en distintos polos para el planteamiento de alternativas conjuntas y articuladas.

Otro elemento importante a resaltar es la centralidad de las redes que crean los medios alternativos para superar las dificultades espaciales, geográficas, tecnológicas, así como de alcance y penetración a públicos cada vez más amplios. Ello también implica una diversificación de contenidos, de riqueza en discursos y miradas sobre y para América Latina. Cabe recalcar que en este punto, las nuevas tecnologías de comunicación e información juegan un papel fundamental para la producción, intercambio, distribución y acceso de estos contenidos.

Por último, rescatamos los aportes de Clemencia Rodríguez (2001) y Rosa María Alfaro (2008), entre otros autores que definen estas experiencias como medios ciudadanos. Esto implica reconocer a los medios alternativos no sólo como una forma de oposición o alteración del poder hegemónico, sino una transformación cultural y recodificación simbólica de los sujetos involucrados en procesos cotidianos de creación e innovación mediática y comunicativa. Los medios son también un lugar de interpelación, confrontación y diálogo de las identidades establecidas y las que se van construyendo. Un lugar de transformaciones vividas por los sujetos al tener y hacer su propio medio.

Cuando hablamos de comunicación para la integración esto es fundamental, ya que los procesos y productos (Atton, 2001) de la comunicación alternativa tienen una cercanía a los códigos culturales e idiosincrasia política de las audiencias (Rodríguez, 2001), lo que implica tener en cuenta la dimensión simbólica de la vida cotidiana. De esta manera, atendemos al llamado de Martín- Barbero en el sentido de que el uso de los medios no se reduce al uso de una tecnología, sino que tiene que ver con sitios donde se interpelan, confrontan y dialogan las identidades y los actores sociales que tienen demandas muy heterogéneas y visiones distintas de América Latina.

Finalmente, es necesario destacar que esto se inserta en un contexto político de lucha contrahegemónica a nivel mundial y que busca colocar a América Latina en un lugar de mayor autonomía frente a las potencias centrales. La integración es, ante todo, un proyecto político, que como afirmaba Turner (2008):

No busca formar un Estado único de América Latina, ni tampoco fraccionar sin medida la entidad, sino de provocar una amplia unión de propósitos con base en nuestra identidad general, respetando la autodeterminación nacional y las diversidades de diferente rango, para acrecer nuestra presencia independiente en el mundo y emprender un desarrollo sano, junto –pero sin supeditaciones- a los que constituyen en el presente los principales centros de poder mundial (544).

En ese espectro, los medios alternativos juegan un papel central en un espacio donde se disputan nuevos proyectos políticos y comunicacionales para América Latina desde diferentes trincheras. Por ello, es preciso analizar con detenimiento los proyectos de comunicación propuestos tanto desde los Estados como desde los organismos regionales para determinar si representan verdaderas alternativas o bien, propugnan un discurso alternativo pero reproduciendo las mismas formas y formatos de los medios de comunicación masiva sin generar procesos de empoderamiento ni recodificación simbólica que puedan servir a las resistencias.

BUSCANDO VOCES Y MIRADAS LATINOAMERICANAS

En términos metodológicos, el trabajo ha identificado proyectos concretos que apuntan a la integración latinoamericana desde lo comunicacional como el medio de comunicación digital

Por otro lado, se reconoce dentro de otros medios alternativos y comunitarios cuyo objetivo o mirada principal no sea América Latina pero que la trate, ver cómo se realiza el abordaje de contenidos sobre la región y sobre la integración latinoamericana, qué lugar ocupan ambos en su programación, bajo qué miradas, con qué voces y propuestas temáticas y estéticas. También se pretende analizar cómo funcionan las redes entre estos medios a nivel regional, qué tipo de información comparten, cómo la seleccionan y de qué manera la difunden.

Como se mencionó, este trabajo de campo está en curso y no apunta a dar una respuesta acabada sobre si una integración popular es posible a partir del trabajo que realicen los medios alternativos dado su carácter incipiente. Busca por tanto, mapear lo que existe, sugerir caminos, vislumbrar posibilidades y plantear desafíos ante esta nueva realidad.

Lo cierto es que las dinámicas actuales están generando nuevos procesos de disputa, creación y vinculación que auguran intensos debates sobre el rol estratégico que juega y deberá jugar la comunicación en la creación de nuevas voces y miradas latinoamericanas. Esperamos así alimentar la reflexión junto con los medios y los movimientos sobre su quehacer y poder contribuir en el proyecto que impulsan para una integración emancipadora para nuestros pueblos.

BIBLIOGRAFÍA

ALAI. (18 junio 2012). "Comunicación, integración y buen vivir". Alainet. Internet. Disponible en: <http://alainet.org/active/55736>

Alfaro, R. (2008) "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones". En Gumucio, Alfonso y Tufte, Thomas (Coords.) Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas. Bolivia: CFSC.

Atton, C. (2001). "Approaching alternative media: theory and methodology." Napier University, Scotland.

Burch, S. (2009). "Punto de orden: la comunicación". El Horizonte Integracionista. No. 442. Alai/Fedaeps.

Codas, G. (2006). "América Latina: integración regional y luchas de emancipación". Contexto latinoamericano. No. 1, Ocean Sur.

García Canclini, N. y Moneta, J. (Ed.) (1999). Las industrias culturales en la integración latinoamericana. México: Grijalbo.

Garretón, M. (Coord.) (2003). El Espacio Cultural Latinoamericano. Bases para una política cultural de integración. Chile: CAB/FCE.

Katz, Claudio. (2008). El Rediseño de América Latina. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

León, O. (2006). "La clave es la comunicación". Integración: Nuevas rutas. No. 455. Alai/Fedaeps.

Marini, R. (1991). "Acerca del Estado en América Latina". Memoria del Congreso ALAS. La Habana. Marques de Melo, J. (2008). "La comunicación en la pedagogía de Paulo Freire". En Gumucio, Alfonso y Tufte, Thomas (Coords.) Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas. Bolivia: CFSC.

Martín-Barbero, J. (1988) Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista. México: Gustavo Gili.

Mora, A. (Enero 2012) "Integración y medios en clave latinoamericana". AUNA. Internet. Disponible en: <http://connuestraamerica.blogspot.mx/2012/01/integracion-y-medios-en-clave.html>

Páez, Rodrigo y Vázquez, Mario (Coords.) (2008). Integración Latinoamericana: Organismos y Acuerdos (1948-2008). México: UNAM/CIALC/Eón.

Recondo, G. (1997). Identidad, integración y creación cultural en América Latina. El desafío del Mercosur. Argentina: Unesco.

Rodríguez, C. (2001). "From alternative media to citizen's media". Fissures in the Mediascape. NJ: Hampton Press.

Simpson, M (et. al) (1981). Comunicación alternativa y cambio social. México: UNAM.
14

Ulloa, A. (1992). "Identidad cultural e integración en América Latina". En Martín Barbero, J. (Coord.). En torno a la identidad latinoamericana: comunicación, identidad e integración latinoamericana I. México: FELAFACS/CONEICC.

Vinelli, N. y Rodríguez, C. (Comps.) (2004). Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. Buenos Aires: Ediciones Continente.