

Comunicación alternativa en la era digital: una opción a la hegemonía de los medios

Juan Bautista Seco

Resumen: Los medios de comunicación son los principales (re) productores de sentidos en nuestra sociedad. El sentido común que generan es el que las personas reproducimos en nuestro día a día. Sin embargo, los medios alternativos surgen como herramienta para contrarrestar esto y darle su mirada a lo que sucede en el país.

Palabras clave: sentido común - hegemonía - comunicación - alternativa.

Desde su surgimiento, los medios de comunicación fueron un actor clave en la sociedad moderna, al nivel de que algunos intelectuales llegaron a considerarlos como los actores más importantes en la creación de sentidos en la sociedad (de lo que, anteriormente, se ocupaban la Iglesia, el Estado y la familia). Estos se ocupan de crear imaginarios en la sociedad que se instituyen para pasar a ser parte del “sentido común” de la población.

Cuando hablamos de sentido común, nos referimos a aquellas supuestas “verdades” que se establecen en la sociedad, nadie las discute ni las cuestiona y se creen “naturales”, es decir, que están dados de una vez y para siempre. Sin embargo, esta “verdad” es momentánea, ya que puede cambiar debido a las luchas que se van dando en determinados contextos socio-históricos. Podemos poner como ejemplo la evolución en cuanto a la aceptación de las identidades “otras” (todo aquello que no es hombre/cis-hétero/blanco/adulto) en las sociedades occidentales: el voto de la mujer, la legalización del matrimonio homosexual, los derechos de lxs negros y las comunidades indígenas, etc.

Sin embargo, tenemos que tener en cuenta que los medios (re)producen sentidos acorde a sus intereses y no es pos de

la aceptación de la otredad, es decir, de todo aquello que no sea hegemónico, que no represente los cánones establecidos. Como sostiene el pensador argentino Ernesto Laclau (2005), la hegemonía escucha algunas de las demandas de la sociedad y las introduce dentro de lo instituido para que no se produzca un gran descontento social que ponga “en jaque” lo ya establecido. A pesar de esto, dentro de la hegemonía se sigue considerando como “otredad” y deslegitimando a todo aquello que no sea hombre/cis-hétero/blanco/adulto.

En nuestro país y nuestra América, los medios de comunicación hegemónicos son manejados por empresarios que sólo buscan su beneficio. A través de la reproducción de los sentidos creados en Norteamérica y Europa, buscan la manipulación de las masas en pos de enemistarlas con aquellos partidos políticos y organizaciones sociales que buscan el bienestar de la mayoría. Esto fue denunciado en un principio por los chilenos Ariel Dorfman y Armand Mattelar en su famoso libro *Para leer al Pato Donald* (1971), donde denuncian la invasión ideológica estadounidense a través de las historietas y los comics que se mostraban en los diarios nacionales del país trasandino, con el fin de desestabilizar el nuevo gobierno comunista de la Alianza Popular con Allende a la cabeza.

En nuestro país, las grandes corporaciones de medios de comunicación siempre fueron cómplices de los mayores agravios que sufrieron las masas. El mejor ejemplo de esto es el del grupo Clarín, partícipe de la última dictadura cívico-eclesiástica-militar, de la que se vio favorecido con la obtención, a través de métodos de tortura a su dueño original, de Papel Prensa, la única empresa fabricante de papel en la Argentina. Además de participar de la dictadura, los medios del grupo se ocuparon de ocultar todo lo que estaba sucediendo en el país.

Comunicación alternativa

La investigadora Florencia Saintout, en su texto “¿Qué es la comunicación alternativa?”, nos dice que la comunicación alternativa u “otra” comunicación surge como herramienta para disputarle poder a la comunicación hegemónica, y destaca que esta no existe sola, sino que en función a la posición dentro de un sistema comunicacional de poder. Sostiene, apoyándose en la idea del comunicador venezolano Antonio Pasquali, que

la comunicación no puede ser lineal, es decir, de un emisor a un receptor, sino que debe ser algo de ida y vuelta, donde ambos actores compartan su conocimiento entendiendo el contexto en el que viven. Además, critica la idea de que el periodismo debe ser objetivo, argumentando que el mal llamado periodismo independiente se auto-denomina objetivo debido a que habla de cosas que ya están internalizadas de tal manera en la sociedad que son parte del “sentido común” de esta.

En relación a esto último, la autora plantea que la política es parte de la comunicación ya que, basándose en lo argumentado por los autores Chantal Mouffe y Ernesto Laclau, *lo político* busca romper con lo establecido, con *la política*, que sería lo hegemónico. Para finalizar, Saintout dice que la comunicación alternativa debe ser popular, es decir, para aquellas “nuevas” masas que surgen luego de las políticas de miseria planificada aplicadas por el neoliberalismo desde la última dictadura y la mayoría de los gobiernos que los sucedieron, que hicieron que surja una nueva “clase” de pobres que no estaban contemplados por los parámetros que anteriormente se utilizaban para persuadirlos en relación a la política debido a que son sensibles a las industrias culturales (medios de comunicación, cine, arte, etc.).

Surgimiento de los primeros medios alternativos

Como expuse anteriormente, durante la última dictadura cívico-ecclesiástica-militar los medios no contaban qué era lo que estaba sucediendo en nuestro país. Fue por esto que comenzaron a surgir medios alternativos para intentar comunicarle a la población lo que ocurría en la Argentina. Las organizaciones políticas fueron las responsables del surgimiento de estos nuevos medios alternativos que se mantenían en la clandestinidad.

El más importante de todos ellos fue ANCLA (Agencia de Noticias Clandestinas en Latinoamérica), que se creó en 1976 desde la agencia de inteligencia de la organización peronista “Montoneros”, que se encontraba en la clandestinidad desde 1974. Este era repartido entre los conocidos de los militantes con el objetivo de que se expanda cada vez más y así poder llegarle a personas que estaban desinformadas por los medios hegemónicos. La idea surgió por Rodolfo Walsh, militante

de la organización que sería desaparecido en el primer aniversario del golpe de 1976. La información era obtenida de tres maneras: datos que se filtraban por quienes estaban realizando la COLIMBA en la ESMA; a través de la comparación de información entre diarios no clandestinos como Clarín y La Nación; y mediante la radio de la policía federal, ya que Walsh había logrado encontrarla cambiando de dial y, con el paso del tiempo, se aprendió las palabras claves ya que hablaban en “cifrado”.

Era digital y medios de comunicación alternativa en la actualidad

La comunicación alternativa sufrió un gran revés con la llegada de la Alianza Cambiemos al poder en 2015. Días después de asumir su presidencia, Mauricio Macri, a través de un Decreto de Necesidad y Urgencia, eliminó y cambió algunos de los puntos principales de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual sancionada en 2009. Ésta le daba la posibilidad a los medios alternativos de tener su espacio para poder llegarle a las masas. Sin embargo, luego de la derogación, estos no pararon de sufrir agravios por parte del Estado Nacional, que no tiene interés alguno de dejar que desarrollen sus propios medios, en pos de ayudar a los grandes medios concentrados. Sin embargo, los medios alternativos encontraron en el surgimiento de la era digital una herramienta clave para poder aparecer, desarrollarse y llegarle a las masas. Desde redes sociales como *Twitter* o *Youtube*, hasta portales web, cientos fueron las personas que buscaron llegarle a la gente desde otro lado que no sean los medios tradicionales (tv, radio y periódico).

Futurock

Hernán Lombardi, el titular designado del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos, fue el encargado de levantar la programación de la *Radio Nacional Rock* el 29 de diciembre de 2015. El vaciamiento de la radio dejó sin efecto 27 contratos de conductores, columnistas y productores que se quedaron sin su trabajo.

Del desplazamiento no deseado de *Nacional Rock*, nació

Futurock, fundada por Julia Mengolini, Federico Vázquez, Matías Messoulam y Sebastián Vázquez: productores, editores, conductores, musicalizadores y directores de *Nacional Rock* que, luego de ser despedidos, se unieron con el objetivo de mantener la línea de aquella radio en una nueva forma.

Si bien exploraron la posibilidad de una frecuencia de radio tradicional, su búsqueda concluyó en la fundación de una radio online en julio de 2016. Así, *Futurock* se convierte en la primera radio profesional transmitida únicamente por internet de nuestro país, con una programación semanal en vivo que va de lunes a viernes desde las nueve de la mañana hasta las ocho, diez o doce de la noche, dependiendo del día y los domingos, de diez de la mañana a dos de la tarde. La transmisión de la radio puede escucharse desde la web o directamente desde su aplicación para dispositivos móvil.

El objetivo de la radio, que podemos resaltar teniendo en cuenta el contexto en el que fue fundado, es el de crear un nuevo espacio para devolver a la escena de los medios de comunicación la pluralidad de voces. Mantiene, también, el protagonismo de la música y del humor como herramientas de comunicación. *Futurock* dice ser un espacio donde “decimos lo que queremos, en libertad, sin condicionamientos”. Además, es importante tener en cuenta que el contexto social y político en el cual se crea *Futurock*, y también el actual, hace que la radio sea una voz alternativa frente a los medios hegemónicos que conforman los grupos más importantes y son responsables del blindaje mediático que caracteriza al mandato de Cambiemos.

La Garganta Poderosa

La Poderosa surge en 2004 a comienzos de la “remontada” social y económica que estaba viviendo el país luego de la crisis que azotó a Argentina en 2001 durante la presidencia de Fernando De La Rúa (más los 4 presidentes que lo precedieron en menos de dos semanas). Debe su nombre a la moto en la que el “Che” Guevara y Alberto Granado realizaron su viaje por Latinoamérica. Es un movimiento villero encabezado originalmente por personas que vivían en las villas miserias de la Provincia de Buenos Aires. Se organizan en 79 asambleas vecinales en las cuales se discuten los métodos de acción a seguir y se dan talleres de educación popular.

Bajo este movimiento es que surge *La Garganta Poderosa*, la cual debe su nombre a la posibilidad de que se escuche la voz de los históricamente oprimidos y desescuchados en nuestro país. Este medio es una alternativa a los medios hegemónicos que reinan en nuestra sociedad y no hacen más que estigmatizar a aquellxs que viven en los barrios más humildes de la Argentina, diciendo que son lugares donde sólo se destaca la delincuencia y la droga. Desde su surgimiento, *La Garganta* funcionó como una “trinchera” de los barrios más humildes, desde el aporte a la no estigmatización de estos hasta su compromiso con cada uno de estos barrios con aportes y políticas concretas para los mismos. Sólo un ejemplo de todo lo que hace esta organización es lo que podemos ver en el documental “Ni un pibe menos”, que nos cuenta la historia de Kevin, un pibe de la Villa Zabaleta que fue alcanzado por una bala en el medio de un enfrentamiento entre dos bandas en la puerta de su casa. La zona donde se produjo el tiroteo estaba liberada por la policía bonaerense.

Desde ese día, los vecinos del barrio se comenzaron a organizar para formar patrullas de control de la villa, no sólo para cuidarse entre ellos, sino también para controlar a la policía, a aquellos que deberían estar ahí para hacerlos sentir seguros pero, al contrario, no hacían más que violentar a los pobladores de la villa sin estar siquiera identificados con sus placas (cosa que comenzó a ser controlado por este grupo de vecinos).

El Destape Web

El Destape Web es un medio de comunicación alternativa que tiene como cara visible a Roberto Navarro, ex periodista de *C5N* y fundador del portal. Este se lanzó en 2014, aunque comenzó a tener más relevancia en 2017 luego de que el periodista fuese echado por amenazas que recibió el canal ya que Navarro estaba realizando una serie de investigaciones sobre Mauricio Macri y sus funcionarios. El portal es un diario digital que se actualiza todos los días más una edición en vivo que se lanza los domingos por *Youtube*, donde el periodista muestra sus investigaciones sobre funcionarios del gobierno. En julio de este año, el portal comenzó a masificarse aún más debido a la investigación que está realizando el periodista Juan Amorín sobre los aportantes “truchos” en la campaña electoral de la Alianza Cambiemos en 2017.

Bibliografía

- Defensoría del Público (2016). “La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y los decretos dictados en diciembre de 2015. Cronología, efectos, reacciones”. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: http://archivo.defensadelpublico.gob.ar/sites/default/files/lasca_y_dnus_defensoria_del_publico_18.04.16.pdf
- Defensoría del Público (2018). “El escenario de la regulación de la comunicación audiovisual”. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: <http://defensadelpublico.gob.ar/audiencia-publica/2017-2/>
- Huergo, J. (2009). “Hegemonía. Un concepto clave para comprender la comunicación”. Ficha de cátedra. La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social-UNLP. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: <http://perio.unlp.edu.ar/sites/opinionpublica2pd/wp-content/uploads/sites/14/2015/09/P2.1-Ficha-de-c%C3%A1tedra.-Huergo.pdf>
- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. pp. 91-161.
- Mattelar, A. (1970). “La dependencia del medio de comunicación de masas en Chile”. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: <https://revistas.uchile.cl/index.php/REI/article/download/18916/20035/>
- Mattelar, A.; Dorfman, A. (1971). *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: http://www.sigloxxeditores.com.ar/pdfs/dorfman_mattelart_para_leer_al_pato_donald.pdf
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. pp. 15-41.
- Saintout, F. (2013). “Los medios y la disputa por la construcción de sentido”. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: https://perioportivoexesma.files.wordpress.com/2013/05/saintout_florescia-los_medios_y_la_disputa_por_la_construccion_de_sentido.pdf
- Vinelli, N. (2002). “ANCLA. Una experiencia de comunicación clandestina orientada por Rodolfo Walsh”. [En línea]. Recuperado el 22/7/2018 de: http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/natalia_vinelli-ancla_una_experiencia_de_comunicacion_clandestina_orientada_por_walsh.pdf