

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

1.1. Desarmando espejismos

POR CARLOS RODRÍGUEZ ESPERÓN Y NATALIA VINELLI¹

Durante una clase sobre comunicación alternativa organizada por la Cátedra Libre de Derechos Humanos de la UBA, la periodista Patricia Rojas propuso una serie de ejercicios que actuaron como disparadores de un debate acerca del trabajo periodístico. El primero de dichos ejercicios planteaba el siguiente problema:

Los periodistas que iban a bordo de la nave insignia de la flota inglesa durante la guerra de Malvinas fueron citados, en nombre del comandante John 'Sandy' Woodward, para una reunión en la que se les pidió, como cooperación patriótica, la difusión de noticias que tenían por objeto confundir a los argentinos. Se trataba de servir a los nobles propósitos de acortar la guerra, de salvar vidas humanas en los dos bandos y de mantener intacto el derecho de la patria a las islas del Atlántico Sur. Puestos ante estas motivaciones y ante esta propuesta, los periodistas contemplaron varias alternativas:

- a) Aceptar la propuesta del comandante Woodward y contribuir profesionalmente al bien de la patria.
- b) Ignorar la propuesta y continuar informando con lealtad por la verdad pero expuestos a las represalias que podría tomar la institución armada, principal fuente informativa para los corresponsales.
- c) Rechazar la propuesta y anunciar al comandante Woodward que el caso sería presentado ante un comité parlamentario y enfrentar la acusación de antipatriotas.

Los presentes debían elegir una de las opciones, justificar su elección y explicar por qué se rechazaban las otras. Dejando de lado el desarrollo del debate surgido y las alternativas propuestas, el ejercicio nos sirve aquí porque presenta con claridad una serie de cuestiones que hacen al trabajo periodístico y que, obviamente, no aparecen de manera explícita en los medios de comunicación. Tres problemas surgen inmediatamente: 1) ¿Cuál es el grado real de independencia del periodista en su trabajo? 2) ¿Existen valores extraperiodísticos que condicionan el trabajo de la prensa?, de ser así, ¿cuáles son aceptables, cuáles no y por qué? 3) ¿Qué grado de validez tiene una perspectiva instrumental de los medios de comunicación que plantea relaciones de manipulación puestas al servicio de objetivos que no son del orden de lo periodístico?

Las respuestas que demos a estas preguntas nos ubicarán en un lugar dentro del complejo mapa de articulaciones entre el trabajo periodístico, los intereses económicos y políticos de las empresas (des)informativas y la academia como sitio privilegiado del análisis comunicacional. Situación que, como veremos a lo largo de este artículo, no escapa a las experiencias de comunicación alternativa: por el contrario, su justificación se encuentra en hacer constantemente explícitas sus respuestas para, a partir de allí, desmontar la estructura comunicacional de una sociedad y abrir las puertas a la construcción de otra nueva.

Pero, ¿de qué hablamos cuando hablamos de comunicación alternativa? Noción imprecisa si las hay, es ya casi un lugar común el plantear la falta de consenso en torno a una única definición que explique lo alternativo, hecho que ha derivado en una utilización demasiado flexible del término, capaz de contener en su seno prácticas comunicacionales de los más diversos tipos, a veces incluso hasta contradictorias entre sí. En este sentido, conviene aclarar que las diferencias entre las posiciones obedecen a los distintos proyectos político culturales que las prácticas encarnan. Lo contrainformativo, lo popular, lo comunitario, lo participativo, las concepciones instrumentales o aquellas basadas en la gestión del medio; en fin, las diferentes formas de entender lo alternativo están asociadas a un proyecto más amplio del cual la práctica forma parte y sin el cual es imposible comprenderla.

¹ Carlos Rodríguez Esperón es licenciado en Ciencias de la Comunicación. Fue docente en la UBA y en la Universidad Popular Madres de Plaza de Mayo. Dictó el Seminario Optativo de Comunicación Alternativa en la UBA. Publicó numerosos artículos sobre alternatividad en diferentes espacios. Natalia Vinelli es licenciada en Ciencias de la Comunicación y periodista. Es docente en la UBA y en la UPMPM. Publicó *Ancla. Una experiencia de comunicación clandestina*, editorial La Rosa Blindada. Escribe para medios alternativos y desde hace varios años milita la prensa de diferentes organizaciones populares.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

Teniendo esto en cuenta, nos proponemos entonces trazar un recorrido en torno a algunas reflexiones sobre comunicación alternativa y contrainformación², planteando una lectura dialéctica en relación a ambos términos que nos permita, después, asentar tres premisas básicas a partir de las cuales volver sobre lo contrainformacional desde una nueva perspectiva.

Primer acercamiento

En una entrevista realizada por Justicia y Paz, el periodista belga Thierry Deronne explica que el objetivo de la televisora comunitaria venezolana Teletambores --donde participa activamente-- es “hacer televisión como un medio, no como un fin. Como medio de organización social, cultural y política, hacemos de la televisión una herramienta de transformación en manos de la mayoría social”³. Con estas palabras, lo que Deronne está destacando es la voluntad instrumental de ciertas experiencias de comunicación alternativa que, como escribe la investigadora argentina Margarita Graziano, remiten a una “praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad”⁴.

En estas concepciones, el carácter de lo alternativo no se define por los rasgos que adquiere la práctica en su desarrollo: aunque los tiene en cuenta, el elemento determinante aparece en su dependencia hacia un proyecto de cambio radical de la sociedad; es decir, en su inserción en un lugar y en una perspectiva de enfrentamiento a lo dominante. Opción que, por otra parte, se traducirá en dichos rasgos: la estructura del medio, sus formas de gestión, el tipo de relación con los protagonistas / destinatarios, los contenidos, las formas de propiedad y de financiamiento, etcétera. De modo que lo alternativo se levanta aquí “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”⁵.

Al reinstalar el tema del poder en el debate, esta propuesta nos permite también pensar la comunicación alternativa en sus dos dimensiones, material y discursiva. Y es con este planteo que, para nosotros, entra en juego lo contrainformacional: la alternatividad es un proceso que abarca desde el discurso hasta la organización del medio y las formas sociales en que éste se utiliza, siendo el discurso contrainformacional el elemento que, ya sea como intervención política de urgencia o como reflexión más profunda, manifiesta las necesidades de la coyuntura política y los objetivos de la organización político social encarnados a su vez en la práctica misma del medio. De manera que existe una relación dialéctica entre comunicación alternativa y contrainformación que no puede ser dejada de lado.

Ahora bien, conviene que nos detengamos un poco más en este punto. Más allá de los esfuerzos desplegados (que por el momento no son tantos), la contrainformación sigue padeciendo el mismo síndrome de la indefinición que afecta a la comunicación alternativa. De hecho, para el chileno Armando Cassigoli ambos conceptos pertenecen a mundos diferentes: “La contrainformación --sostiene-- tiende a criticar y dar vuelta la información oficial y, con la óptica de la clase trabajadora, ponerla a su servicio, sin necesidad de crear otros medios paralelos o alternativos”⁶. Es que, según este autor, los medios alternativos no son sino espacios de información/difusión de pequeña escala y escasa eficacia: apenas constituirían un “ruido” frente al discurso dominante⁷.

² No es nuestra pretensión delinear aquí un mapa que contenga las diferentes posiciones dentro del campo de lo alternativo -tarea que, por otra parte, excede los límites de este trabajo--, sino solamente tomar aquellas que, a partir de la polémica, sirvan a nuestro análisis.

³ Justicia y Paz, “Teletambores: una televisora comunitaria. Entrevista a Thierry Deronne”. En Red Eco Alternativo (www.redeco.netfirms.com), 4 de marzo 2003. Trad. de Gil Lahout.

⁴ Graziano, Margarita, “Para una definición alternativa de la comunicación”. ININCO N° 1, Venezuela, 1980.

⁵ Ídem.

⁶ Cassigoli Perea, Armando, “Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos”. En Simpson Grinberg, Máximo, *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premia, 1989, págs. 63-71.

⁷ El autor escribe en página 69: “Un medio alternativo, por ejemplo un periódico o una revista de un pequeño grupo político, constituye lo que hemos llamado ‘ruido’ en cibernética, ya que simplemente ensucia el mensaje normal que recibimos a través de los aparatos ideológicos del Estado. Algunas veces estos medios alternativos, que muy poco se leen,

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

En este sentido y basándose en la diferencia entre comunicación (en tanto relación dialógica) e información (en tanto difusión unilateral de imágenes y signos), Cassigoli recuerda que “para (Antonio) Pasquali el transmisor de la relación informativa (los llamados medios masivos) siempre es institucional, pues en general sólo las instituciones del sistema tienen la solvencia económica y el aval político para poder operar. De esta suerte, la contrainformación se relacionará siempre con este concepto de información, que implica un transmisor institucionalizado”⁸. Por lo tanto, la contrainformación no se relaciona dialécticamente con lo alternativo sino que corre por otro carril, refiriendo a “una interpretación política del mensaje oficial” capaz de provocar relaciones y formas comunicativas y no meramente informativas.

De esta forma, para Cassigoli la contrainformación “no pertenece al mundo de los medios alternativos” ni hace –por ejemplo– un cine alternativo: podría hacerlo, pero antes que nada analiza con criterio de clase el cine oficial. La contrainformación es, desde este punto de vista, lectura crítica de medios: usa el sistema y lo da vuelta, analiza los mensajes de los medios masivos desde la perspectiva de los trabajadores, le “chupa la sangre” al discurso dominante. Y aunque en ocasiones pueda echar mano de los medios alternativos, incluso en este caso y más allá de la presencia informativa del medio, lo aprovechable no sería la proyección sino las relaciones comunicativas que se establecen cuando se debate y analiza el film.

Esta posición, demasiado lineal en algunos de sus planteos, significa sin embargo una aportación interesante al poner el eje en la noción de contrainformación, que si bien por un lado excede el concepto de “medio” para situarse en un proceso mucho mayor (la crítica permanente), por el otro también abre la posibilidad de pensar, aunque contradictoriamente con su planteo inicial y a medida que la lucha popular avanza y alcanza “facilidades técnicas e infraestructurales”, la construcción de medios (masivos) “antagónicos y contrarios” a los oficiales. El autor cita, en este caso, el ejemplo de las “formas de información no alternativas sino antagónicas” del Chile de Salvador Allende⁹.

Pero, más allá de las relaciones comunicativas que el proceso contrainformacional pueda generar, este acercamiento tiende a reducir la agenda del debate a los temas impuestos por los medios del sistema. ¿Significa esto que las experiencias contrainformativas están inevitablemente “encadenadas” a la información oficial? Entendemos que no, y por varios motivos. Primero, porque desde nuestra mirada la contrainformación, en tanto discurso propio, no se limita a dar vuelta la información oficial; ésta es, en efecto, una forma de intervención, pero no la única. Segundo, porque la lectura crítica desde una perspectiva de clase no se limita a los hechos que pueden ser noticiables por los medios masivos sino que abarca la propia realidad y, por lo tanto, todo lo que queda fuera de dichos medios en virtud del proceso de jerarquización noticiosa. Y tercero –y esto es lo más importante–, porque las prácticas alternativas, contrainformativas u opositivas (en términos de Raymond Williams) que se enmarcan en un proyecto de cambio social (aquí juntamos los términos que Cassigoli separa) definen su agenda de acuerdo a los objetivos políticos del grupo que integran.

Pese a ello, muchos medios que dicen inscribirse en una matriz contrainformativa o alternativa realizan lecturas inteligentes sobre la información aparecida en la gran prensa diaria y practican una diversidad de análisis sobre lo que estos medios publican, pero la fuente informativa sigue siendo el mismo medio oficial. Se puede leer al derecho, al revés o de costado el diario *Clarín*, pero siempre será *Clarín*. La imposición de la agenda por parte de los grandes medios es más clara que nunca. Obviamente, esto no invalida las lecturas críticas y su difusión, es más, son necesarias y es por ello que hay que reconocer sus méritos, pero también hay que

satisfacen apenas un sentimiento del deber cumplido de sus propagadores y apenas constituyen un factor entrópico frente al mundo de los circuitos informativos de los grupos dominantes”. Cassigoli, A., op. cit.

⁸ Cassigoli Perea, A., op. cit. pág. 67

⁹ Este planteo, que abre la posibilidad de pensar medios masivos de comunicación populares, también está presente en los trabajos de Armand Mattelart, sobre todo en el libro *La televisión alternativa*, del que es coautor junto con Jean-Marie Piemme (Barcelona, Anagrama, 1981). Es de destacar que si Mattelart fue jefe de Investigación y Evaluación en Comunicaciones de Masas de la editorial del Estado Quimatú y profesor investigador del Centro de Estudios de la Realidad Nacional durante la presidencia de Allende (período fértil durante el cual y por primera vez en la historia chilena, la izquierda tuvo en sus manos medios masivos de comunicación), Cassigoli hizo lo propio como profesor y Decano de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Chile hasta 1973, cuando partió al exilio mexicano tras el golpe de Estado del genocida Augusto Pinochet.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

señalar sus falencias: el gran problema para los medios de contrainformación es la generación de información propia, es decir, construir otro modelo de noticiabilidad en el marco de una perspectiva instrumental.

En este sentido pueden leerse las palabras de Raymundo Gleyzer en 1973 acerca del cine como “arma de contrainformación”¹⁰ y las hipótesis de Cine Liberación sobre el cine militante, aquel que “se asume integralmente como instrumento, complemento o apoyatura de una determinada política y de las organizaciones que la llevan a cabo al margen de la diversidad de objetivos que procure: contrainformar, desarrollar niveles de conciencia, agitar, formar cuadros, etc.”¹¹. Los hechos elegidos para su tratamiento responden, así, a una definición temática que excede la agenda oficial.

Ahora bien, existen hechos o momentos en los cuales esta definición de la agenda por parte de los medios alternativos coincide con las coberturas de los medios de la burguesía, y es en esos momentos cuando la batalla por la imposición del sentido se hace evidentemente explícita. El 27 de junio de 2002, un día después de la cacería humana ordenada por el gobierno de Eduardo Duhalde y llevada a cabo por sus fuerzas represivas en el Puente Pueyrredón y sus alrededores --que terminó con la vida de dos compañeros y con otros ochenta piqueteros heridos con balas de plomo--, *Clarín* (el “gran diario argentino”) tituló su portada con una línea que quedará para la historia de la manipulación y la complicidad mediáticas: “La crisis se cobró dos muertos”. El título principal del sitio web de Indymedia, el mismo 26 por la noche y mientras los multimedios aseguraban descaradamente que “los piqueteros se mataron entre ellos”, fue, en cambio, “Asesinos”.

Lo que queremos señalar con este ejemplo es, justamente, que existen momentos en los cuales las agendas coinciden; pero el tratamiento es desde lados opuestos de las barricadas. Esto es lo que lleva a afirmar al Grupo de Cine Alavío que “los medios masivos y los medios alternativos se terminan cruzando en el campo de batalla”¹². Y junto a ello, la tarea contrainformativa se dirige también a poner en evidencia los mecanismos de ocultamiento y tergiversación de los medios masivos, a “dar vuelta” --en el sentido en el que lo plantea Cassigoli-- la información oficial.

Sin embargo, la disputa por el sentido no se ejerce únicamente en los momentos “calientes”, cuando las agendas son en cierta forma compartidas, sino también en el trabajo cotidiano de los medios del campo popular. Es decir, en la cobertura de lo que para los medios del sistema no es noticia. Antes o después del piquete, en la huerta o en la producción de ladrillos, en los cursos de formación y en las presentaciones de los planes de lucha, en la organización barrial o en la fábrica recuperada; en fin, en la vida misma de los sectores populares también están en juego los modos de representar la identidad de los movimientos políticos y sociales.

Derribando mitos

Por lo dicho, entendemos que hablar de comunicación alternativa haciendo eje en la contrainformación implica necesariamente aceptar algunas premisas básicas. Esto no debe ser entendido como un intento de sostener posiciones idealistas, como un a priori que determina la práctica, por el contrario, estas premisas surgen del análisis de una gran cantidad de experiencias comunicacionales que se autodefinen explícitamente como contrainformativas. Hecha esta salvedad, arriesgamos una primera proposición: La contrainformación supone enfrentamiento, no sólo contra el discurso oficial sino también contra el orden establecido. Enfrentamiento que

¹⁰ Gleyzer, Raymundo: “Presentación y autocrítica en forma de diálogo con Tomás Gutiérrez Alea”, en AA.VV. *Raymundo Gleyzer*, Cinemateca Uruguaya, Montevideo, 1985. Pp. 48-64. El cineasta agrega en páginas 59-60: “Está claro para nosotros que el cine es un arma de contrainformación, no un arma de tipo militar. Un instrumento de información para la Base. Este es el valor otro del cine en este momento de la lucha. Es difícil por eso para nosotros entrar en un tipo de discusión europeizante sobre estructuras o lenguaje. Para nosotros lengua y lenguaje están ligados estrictamente a nuestra situación coyuntural de toma de poder. Una vez que tomemos el poder podremos permitirnos discusiones sobre problemas de estilo o construcción. Ahora no. Por ejemplo, en estos momentos el pueblo chileno resiste al fascismo: la única función útil que podemos cumplir al respecto es la de contrainformación, ya que el imperialismo ha separado a Chile del resto del mundo. Es así como nosotros entendemos que el cine es un arma”.

¹¹ Cine Liberación, “Cine militante. Una categoría interna del tercer cine”, en *Documento del grupo Cine Liberación*, marzo 1971. Reproducido de Solanas, F. y Getino, O., *Cine, cultura y descolonización*, Bs.As., Siglo XXI, 1972.

¹² Vinelli, Natalia, “Una batalla directa contra el imaginario del fascismo”, en *Resumen Latinoamericano* nro. 64, mayo de 2003.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

algunos nos empeñamos en seguir caracterizando como lucha de clases.

La idea de colocar el antagonismo como eje que vertebra el conjunto de las relaciones sociales implica que existen formas de resolución de los conflictos y que de ellas se desprenderán estrategias de dominación y estrategias de subversión. Claramente la contrainformación se integra en estas últimas: todas las prácticas comunicacionales que se asumen como contrainformativas se definen instrumentalmente en relación con un proyecto de cambio social. Esta relación es sumamente explícita en un amplio cuerpo de prácticas que sería imposible enumerar en este espacio, pero que podemos sintetizar en el amplio abanico que va desde las radios mineras bolivianas al cine de Raymundo Gleyzer, pasando por miles y miles de experiencias gráficas solamente en América Latina.

Es muy difícil encontrar una práctica comunicacional que se desarrolle en los circuitos oficiales de la comunicación en la cual esta relación instrumental se presente de manera tan explícita. Lo que queremos decir es que existe una distancia real, innegable, entre un guerrillero salvadoreño que empuña un fusil en defensa de su radio o que utiliza el transmisor como un arma cargada de dinamita¹³, y un movilero de Radio Mitre que corre tras “la primicia” en los pasillos de la Casa Rosada. Entre uno y otro, lo que se oculta son los objetivos y la perspectiva desde donde se produce la información, operación que permite a los grandes medios naturalizar su mirada y presentarla como verdad “universal” y “legítima”. En otras palabras y dejando de lado toda intención valorativa, existe en nuestro país una distancia objetiva entre Rodolfo Walsh y Jorge Lanata. El análisis de esa distancia, sin embargo, ha sido sistemáticamente dejado de lado por la academia en los últimos treinta años, y esto pese a que las prácticas que asumen explícitamente su condición instrumental no sólo no han desaparecido en este período sino que su número se ha acrecentado al calor de la ampliación del conflicto social.

La segunda premisa nos instala entonces en la imposibilidad de seguir aceptando el mito del periodismo independiente. ¿Independencia respecto a qué?, cabría preguntarse. Noam Chomsky, refiriéndose a los periodistas que se definen independientes, escribe: “Dicen, con mucha razón, ‘Nadie me dice qué tengo que escribir. Escribo lo que quiero. Todo ese rollo sobre presiones y limitaciones es una tontería, yo nunca tengo ninguna presión’. Lo cual es completamente cierto, pero el tema es que no estarían ahí si no hubieran demostrado previamente que nadie tiene que decirles qué escribir porque ya dirán lo correcto ellos mismos”¹⁴. Este planteo abre una gran cantidad de problemáticas que es necesario abordar, ya que la eliminación de la idea de independencia es central a la contrainformación: todos los medios que definen su práctica como contrainformativa hacen explícito su carácter dependiente de un proyecto de transformación social.

Nuevamente es muy difícil encontrar prácticas comunicacionales en el circuito oficial que asuman explícitamente su carácter dependiente de algún tipo de proyecto extramediativo. Por el contrario, construyen el mito de la independencia periodística, mito difícil de derribar ya que, sólo en nuestro país, tiene más de cien años, si tomamos como un arbitrario comienzo el nacimiento de los grandes diarios y su pretendida autonomía con respecto al campo de la política. Cuando hablamos de contrainformación, en cambio, ponemos el acento en el carácter explícito del compromiso político, aquel que no se escuda tras la fachada de una mentirosa objetividad que, para los medios de la burguesía, es condición necesaria de “La Verdad”¹⁵. La idea central que

¹³ “Uno habla ahora de la radio portátil y callejera, la Radio Venceremos fue una radio en camino. Siempre en camino, huyendo siempre, transmitiendo siempre y no dejando de salir al aire ni un solo día. Mentira, dejaron de salir a al aire tres días en toda la guerra para hacer creer al coronel Domingo Monterrosa que sus tropas habían capturado el transmisor de la Venceremos. Este personalmente cargó el transmisor supuestamente capturado a la Venceremos y ellos con un telemando hicieron explotar el helicóptero. A los cinco minutos salieron al aire para dar la noticia. (...) Monterrosa era el Rambo de los EE.UU. en El Salvador, el asesino de los mil campesinos de el Mozote, el verdugo mayor que tuvo ese país. En ese momento la Venceremos se convirtió no ya en un instrumento de agitación sino en arma directa preñada de dinamita”. Lamas, Ernesto. “Encuentro con J. López Vigil: Las Radios de Nuevo Tipo” en Rev. Causas y Azares N° 5, Otoño 1997, Buenos Aires. Pág. 83.

¹⁴ Chomsky, Noam, “¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales?” en Rev. Ziguat N° 2, Bs. As., noviembre 2001. Pág. 19.

¹⁵ Es interesante señalar que a lo largo del siglo XX la ciencia progresivamente ha ido abandonando la idea rígida de objetividad, aceptando que el investigador introduce alteraciones en el objeto investigado, mientras la industria cultural desarrolla un movimiento inverso, buscando introducir cambios que convengan acerca de su carácter objetivo. En este sentido, el investigador argentino Héctor Schmucler sostiene que “para la doctrina liberal de la noticia, el valor de

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

sostiene la práctica periodística de la prensa oficial se articula, por lo tanto, sobre tres ejes: independencia, objetividad, verdad; mientras que las prácticas contrainformativas, al asumir un carácter instrumental, desmontan esa falacia convirtiéndola en dependencia, subjetividad, verdad. Pongamos un ejemplo que nos ayude a clarificar un poco más este punto. En su libro sobre *Clarín*, el periodista Pablo Llonto narra el siguiente hecho sucedido en 1976:

Luis Garasino, el cronista de *Clarín* que se movía como pez en el agua entre las Fuerzas Armadas gracias a que tenía un hermano en el ejército, había adelantado que la fecha exacta para sacar a Isabelita de la Rosada era el 23 de marzo. El martes 23 de marzo Garasino llamó temprano a Cytrynblum y éste a la viuda para transmitir un seco mensaje: -El golpe es hoy. Está confirmado.

Durante todo el día los periodistas de política prepararon la edición del miércoles 24 de marzo con artículos que hablaban de la “culminación de un proceso” y redactaban, después de consultar en el archivo, los antecedentes de los militares que se apoderarían de la Rosada. Lo mismo ocurría en la mayor parte de las redacciones del país. Mientras tanto, en actuaciones dignas de un Martín Fierro, Lorenzo Miguel y algunos dirigentes peronistas anunciaban a la prensa, después de entrevistarse con la presidenta, que se iban tranquilos a sus casas y que el golpe era una fantasía.

-Oíme Garasino, estoy cerrando el diario con todo un material que anuncia el fin de Isabel y hay tipos que salen de la Casa de Gobierno diciendo que no pasa nada. ¿Qué mierda hago?

-Marquitos, quedate tranquilo. Hago una llamadita y te pego otro telefonazo.

Diez minutos después, Garasino hablaba con su alta fuente del ejército y recibía casi una orden: “Es hoy le dije, después de la medianoche”. Llamó a Cytrynblum y lo dejó tranquilo: “Sólo falta precisar la hora”. Fue entonces cuando se produjo en *Clarín* la misma queja que se repetía esa noche, con mucho humor negro, en todos los matutinos: “Qué milicos hijos de puta, mirá a la hora que van a dar el golpe, justo para enterrarnos a todos nosotros. Sólo piensan en *La Razón* que es vespertina y es de ellos”¹⁶.

El título de tapa de *Clarín* la mañana del 24 de marzo es una muestra de la complicidad mediática con el golpe militar: “Nuevo Gobierno”. Podríamos en este momento preguntarnos (y dejamos la respuesta en manos del lector), ¿cuál debería haber sido la actitud de los medios ante el golpe de Estado que se gestaba desde agosto de 1975 y del cual tenían pleno conocimiento? Dejamos planteado entonces el espinoso tema de las relaciones entre la prensa oficial y el campo político, tema sistemáticamente negado más allá de las siempre oportunistas declaraciones respecto a la libertad de prensa. Esta relación se complejiza a partir de la década del ochenta, cuando los medios comienzan a ganar un espacio de relevancia al interior del campo político, convirtiéndose en el principal actor y definiendo objetivos particulares; es decir, ya no al servicio de determinada fuerza política¹⁷ sino al servicio de intereses propios al grupo económico. ¿Puede alguien imaginar una investigación especial sobre los negoci(ad)os del Grupo Clarín, que se publique en el diario *Clarín*? ¿Alguien puede asegurar que es posible separar estas aguas? A cada paso que damos, el mito de la independencia del trabajo periodístico se derrumba.

Este programa lo hace posible el mercado

En una charla sobre comunicación alternativa realizada en la Facultad de Ciencias Sociales, Gabriel Levinas, director de la revista *El Porteño*, arrojó una frase provocativa: “Todos nuestros héroes se comunican

referencia esencial es la verdad. Un ‘buen’ mensaje informativo es un mensaje cuyo contenido coincide con la realidad. El mensaje comunicativo aparece como ‘reflejo’ de esa realidad. Su contenido es estrictamente denotado; la simbolización no existe”. En Schmucler, Héctor, *Memoria de la comunicación*, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1997. Pág. 98.

¹⁶ Llonto, Pablo, *La Noble Ernestina*, Cooperativa Editora Astralib, Buenos Aires, 2003. Págs. 131-132. Además, para ejemplos similares en esa misma noche, véase Dearriba, Alberto, *El Golpe*, Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 2001, págs. 263-266.

¹⁷ Son ampliamente conocidas las relaciones entre el desarrollismo y Clarín, entre Rogelio Frigerio y Ernestina Herrera de Noble, llegando el primero a definir, durante muchos años, la línea política del diario en función de los intereses del partido liderado por el ex presidente Arturo Frondizi, el Movimiento de Integración y Desarrollo (MID).

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

con Movicom”¹⁸. Lo que quería dejar claro es uno de los problemas más esquivados por los medios oficiales, el de la relación con los anunciantes, aquello que en otros términos nombraríamos como los condicionamientos materiales del trabajo periodístico. En efecto, todo el sistema de la industria cultural funciona por el auspicio (el financiamiento) de sus empresas anunciantes.

Un claro ejemplo de lo que queremos decir lo encontramos en el “problema” de la medición de audiencias, el bendito rating. El número 2 de la revista *Buenos Anuncios*, el órgano de difusión de la Cámara Argentina de Anunciantes (CAA), dedica más de tres páginas a una entrevista a Juan Llamazares, director ejecutivo de la Cámara de Control de Medición de Audiencia (CCMA), un desconocido absoluto para el gran público, pero una persona con un alto grado de responsabilidad a la hora de determinar qué tipo de televisión vemos “los argentinos”¹⁹.

La CCMA es la encargada de homologar y controlar permanentemente a las empresas productoras de rating. Dice Llamazares: “Se trata de una entidad civil sin fines de lucro. Como tal está dirigida por una comisión directiva donde, de acuerdo a nuestro estatuto, están representados todos los sectores: los que ofrecen espacios publicitarios y los que los utilizan. Por lo tanto, el 50 por ciento de los cargos de los órganos de administración pertenecen al estamento medios, los representantes de los canales, radios o sus asociaciones. Y el otro 50 por ciento pertenece a las agencias y a los anunciantes”. Es decir, ni una sola organización representante de los televidentes o radioescuchas²⁰.

Si surge alguna duda respecto a por qué las entidades de los medios y los anunciantes se agrupan en una cámara que controle las mediciones de rating, el mismo Llamazares la despeja. Refiriéndose a la necesidad de que la comunicación entre el aparato medidor instalado en los hogares y el centro de cómputos sea segura, sostiene: “Esa comunicación tiene que reunir una serie de características: ser precisa, no tener interferencias y, lo que es más importante, estar a cubierto de tergiversaciones o de manipulaciones de tipo doloso o fraudulento. No nos olvidemos que detrás de esta información se mueven muchísimos intereses y que hay dinero en juego: esos datos son utilizados diariamente, en el ambiente publicitario, para tomar decisiones de inversión. Esa es una de las grandes funciones que tiene la información de audiencia. La otra es que la información sirve a los medios para los fines de la programación. Por lo tanto, la información tiene que estar resguardada de posibles maniobras ilegales”²¹.

Ahora bien, está claro que cuando Llamazares habla de ilegalidad está pensando en alguna clase de intervención tecnológica; para la CCMA, no existe ilegalidad en un circuito que vincula la posibilidad de sobrevivencia económica y mediática de un programa televisivo con su rating, el cual es medido por agencias que a su vez son controladas por los representantes de los medios y los anunciantes, los cuales en base a esa información decidirán cuánto vale un espacio y qué podemos ver en televisión o escuchar en radio. En otras palabras, se trata de la competencia por las cuotas de mercado, aquel mecanismo de censura invisible al que se refiere tan claramente Pierre Bourdieu en *Sobre la televisión*.

El ejemplo de la CCMA nos sirve aquí, entonces, para expandir el universo de las determinaciones que sufre el trabajo periodístico, de modo de desmontar la falacia de la “independencia” en los medios oficiales (que no es más que un discurso hecho a la medida de las necesidades del establishment).

Ahora bien, es casi seguro que el nivel de determinación que estamos planteando lleve a pensar

¹⁸ La frase hace referencia a una propaganda que aparece incansablemente en todos los programas periodísticos: “La producción de este programa se comunica con Movicom”.

¹⁹ La Presidencia de la CCMA está en manos del director de Massalin Particulares SA, Héctor Romani.

²⁰ “Sobre técnicas, estadísticas y procesamiento de datos”, en Revista *Buenos Anuncios* Año 1 N° 2, abril de 2002. La CCMA está integrada por los 4 canales privados de aire (2, 9, 11, 13), la Asociación de Teledifusoras Argentinas (ATA), la Asociación Argentina de Televisión por Cable (ATVC), la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión (CAPIT), la Cámara Argentina de Centrales de Medios (CACEM), TAP Latin America, la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), el Bureau de Publicidad en Cable (BPC), la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAP) y la Cámara Argentina de Anunciantes. Cabe destacar también que, al definir la legislación argentina como de “interés público” a los medios de comunicación (y no como un servicio público), el Estado también dice ausente en el reparto.

²¹ Revista *Buenos Anuncios*, op. cit., pág. 37.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

nuevamente en la idea althusseriana de aparato, una construcción monolítica e impenetrable. No es esto lo que queremos plantear. Como sucede en todo juego fuerte de intereses políticos y económicos, surgen oposiciones, conflictos que generan grietas que el discurso contrainformativo en determinadas circunstancias puede aprovechar. La apertura de estas grietas es lo que permite que existan prácticas que se definan como contrainformativas basando su política comunicacional en su aprovechamiento, tarea que las organizaciones populares realizan desde hace tiempo, con diferente éxito, muchas veces con el nombre de prensa.

Sin embargo, es necesario junto con la salvedad volver sobre la reapropiación mediática para evitar el espejismo que muchas veces se confunde en las prácticas volcadas casi exclusivamente a la política de las grietas. En su análisis de la industria cultural brasileña, el periodista e investigador Carlos Lins Da Silva observa que “el contenido de los medios de comunicación cambia a medida que cambia el panorama de la lucha de clases en la sociedad y en su propio interior”²². Esto permite que, entre cada reajuste, las contradicciones del terreno favorezcan la posibilidad de “colar” las voces propias. Pero --hay que destacar-- para lograrlo es necesario estar atentos a los nuevos atajos o a la refuncionalización de aquellos que habían quedado en el archivo del sistema. De otra forma el peligro puede ser grande al descubrir, tras el espejismo, que en verdad estábamos en medio del desierto.

Reconocimiento de la manipulación

Las dos premisas que expusimos hasta aquí se encuentran tan íntimamente entrelazadas que deben ser abordadas en conjunto, situándolas en el campo de la emisión, debiendo por ello introducir una tercer premisa que nos permita abordar --de forma sincrónica con la producción-- el momento de la recepción, instancia privilegiada de la lucha ideológica. En general, hablar de contrainformación supone una perspectiva manipuladora de los medios. Por eso, los grupos ligados a proyectos de cambio social han visto en la contrainformación un mecanismo de desalienación del individuo. En este sentido es interesante observar que las visiones más conservadoras de lo social, aquellas más vinculadas al mantenimiento del status quo, también han sostenido a lo largo de la historia concepciones manipuladoras de la comunicación; más aún, mientras la izquierda, en su tránsito al progresismo políticamente correcto, ha abjurado de estas posiciones, la derecha no sólo las ha mantenido, sino que ha profundizado sus estudios en esa dirección²³.

Sin importar la ubicación en el espectro ideológico, el tema de la manipulación se ha convertido en un problema irresuelto dentro del campo de la comunicación, problema que, si bien no profundizaremos aquí, puede sintetizarse diciendo que a partir de la información recibida “el individuo podrá empezar a tener elementos para juzgar y evaluar las situaciones que le afectan y ante las que tendrá que responder en un sentido u otro. La ecuación es bastante simple: si la información es controlada, seleccionada e incluso distorsionada, el individuo partirá de una base parcial, sesgada y probablemente falsa para formar su juicio”²⁴. Queda claro que el problema de la manipulación se instala en la pelea por dominar la formación de dicho juicio. En este sentido las posiciones son variables, desde aquellas que sostienen la imposibilidad de predeterminar el juicio, hasta aquellas que colocan el eje de la relación emisión/recepción en la dominación.

A los fines de comenzar a abordar el tema de la manipulación, creemos importante recordar lo expresado por Hans Magnus Enzensberger 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

²² Lins da Silva, Carlos Eduardo, “Las brechas de la industria cultural brasileña” en Festa, Regina (comp.). *Comunicación popular y alternativa*, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1986. Pág. 33.

²³ Un ejemplo lo encontramos en el Posgrado en Comunicaciones de Marketing que organiza la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad, “una especialización en la teoría y la práctica de las comunicaciones persuasivas”. Cfr. Rev. *Buenos Anuncios* N°6, Buenos Aires, Julio 2003. Pág. 51.

²⁴ Egiá, Carlos y Bayón, Javier, *Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria*, Ed. Likiniano Elkartea, Bilbao, 1997. Pág. 16.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

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. De lo cual se deduce que un proyecto revolucionario no debe eliminar a todos los manipuladores, sino que, por el contrario, ha de lograr que cada uno sea un manipulador”²⁵.

El análisis de Enzensberger expresado en este párrafo tiene la virtud de resolver algunas de las críticas tradicionalmente recibidas por la izquierda en su relación con los medios. En principio señala la inexistencia de la “no manipulación”; la inevitabilidad de la manipulación le permite plantear que la posibilidad de resistirla pasa por aprender sus técnicas, pero esta no es una resistencia de carácter pasivo, por el contrario, el dominio de las técnicas abre la posibilidad a la producción propia. Es decir, Enzensberger plantea un tipo de democratización técnica de la palabra. En este sentido la idea de manipulación adquiere un carácter positivo: se trata de enfrentar la dominación utilizando sus mismas técnicas, un giro importantísimo si recordamos que “sea o no eficaz, la manipulación es un concepto fundado en la ‘sospecha’ de que los medios persiguen la difusión de valores propios de una minoría en contra de las masas”²⁶.

Sin embargo, se hace necesario recordar que técnicas y tecnologías no son neutras ni democratizadoras en sí mismas. Armand Mattelart y Jean Marie Piemme lo ponen en evidencia en *La televisión alternativa*: “proceso y producto –explican-- pueden estar en ruptura con el modo dominante de la comunicación. Ahora bien, si existe ruptura, no se produce de entrada, por la simple razón de que existe una utilización de tecnologías nuevas, sino por el hecho de que estas tecnologías son el soporte (un soporte entre otros) para trabajar en producir unas formas de comunicación y unos contenidos alternativos”²⁷. El eje está, por lo tanto, en unos usos sociales bien diferentes (enfrentados) a los que realizan las prácticas comunicativas dominantes para perpetuar su dominación.

Hecha esta salvedad, queda claro que existen dos dimensiones de la manipulación, una vinculada al tratamiento sobre los materiales en el momento de la emisión y otra relacionada con el efecto que dicho tratamiento produce sobre el receptor. Este segundo aspecto es uno de los más polémicos y más resistidos de analizar hoy día en Latinoamérica. En los últimos treinta años hemos visto cómo progresivamente se han ido abandonando las concepciones más duras de la manipulación, aquellas que ven la relación emisor/receptor como una relación de dominación vertical y unilateral, avanzando hacia propuestas que otorgan mayor poder de autonomía al receptor, algunas llegando al extremo de plantear una autonomía absoluta. Al respecto dicen Armand y Michele Mattelart: “Hay que tener cuidado de no interpretar erróneamente la problemática del consumo de los medios como conjunto de prácticas sociales. Es grande la tentación de apoderarse de esta renovación conceptual relativa al consumo activo y a la puesta de relieve de la capacidad de lecturas insólitas y asombrosas, con el fin de respaldar las tesis que minimizarían el papel estratégico que desempeñan los medios de comunicación en la reproducción de las relaciones sociales”²⁸.

El reconocimiento de este papel estratégico, en el marco del inmenso proceso de concentración de las industrias culturales y de la pauperización de la educación pública, vuelve a colocar sobre el tapete el problema de la manipulación. Al mismo tiempo, y tomando como referencia este mismo marco, la emergencia de nuevos actores con planteos de cambio social colocará en escena el tema de la contrainformación. Siguiendo esta línea podemos afirmar que manipulación y contrainformación son conceptos tan íntimamente ligados que en algunos aspectos deben ser trabajados en conjunto. El reconocimiento de la existencia de manipulación, al hacer explícitos los mecanismos de la misma (“transparentando” no sólo los modos de producción sino también los objetivos políticos que fundamentan la acción y estableciendo una concepción diferente de la relación emisión-recepción), constituye la tercer premisa de la que hablábamos anteriormente.

²⁵ Enzensberger, Hans Magnus, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1971. Págs. 25-26. Esta visión materialista de la manipulación ya puede rastrearse en el apartado que sobre la toma directa en televisión escribió Umberto Eco en *Apocalípticos e integrados*. Además, es interesante señalar que el párrafo de Enzensberger aquí extractado, se encuentra citado en el libro de Heriberto Muraro, *Neocapitalismo y comunicación de masa*, salvo por el hecho de que Muraro omitió citar las dos últimas oraciones.

²⁶ Muraro, Heriberto. *Neocapitalismo y comunicación de masa*, Ed. Eudeba, Bs. As., 1974. Pág. 96.

²⁷ Mattelart, A., y Piemme, JM, *La televisión alternativa*, Anagrama, 1981, pág. 80.

²⁸ Mattelart, Armand y Mattelart, Michele, *Pensar sobre los medios*, Ed. Fundesco, Madrid, 1987. Pág. 106.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

A modo de cierre

En nuestro país, Rodolfo Walsh, militante, escritor y periodista desaparecido durante la última dictadura militar, pensó y llevó a la práctica medios de comunicación de carácter contrainformativo en función de la coyuntura política en que hubieran de insertarse. Prensa Latina, el Semanario CGT de los Argentinos, el diario *Noticias*, ANCLA, Cadena Informativa, las cartas firmadas con su nombre tienen puntos en común, pero también elementos diferentes que responden a situaciones políticas concretas: del apogeo de la movilización popular al apogeo del terrorismo de Estado. Cada situación política tuvo su medio de comunicación contrainformativo.

Es decir, no sólo la situación política condiciona la elección del medio contrainformativo, sino también los objetivos políticos (lo extracomunicacional) y las situaciones de recepción que están relacionadas con la situación política, aunque no determinadas. Desde esta perspectiva, la comunicación alternativa no puede ser conceptualizada como un “a priori” a la experiencia. El concepto se realiza en la práctica; fuera de la práctica no significa nada y tal vez en esto radique, como mal entendido, cierto prejuicio antiintelectualista que existe entre aquellos volcados cien por ciento al desarrollo de la práctica. En la dificultad irresuelta de alcanzar una única definición conceptual de la comunicación alternativa, radica el hecho de que la mayor parte de la producción escrita sobre el tema sean trabajos ensayísticos fundamentalmente volcados a la descripción de experiencias.

Hasta aquí propusimos tres premisas básicas (enfrentamiento, dependencia, reconocimiento de la manipulación) desde las cuales reflexionar acerca de la contrainformación. Indudablemente, las tres vuelven sobre el tema del poder: no se trata de pensar los medios contrainformativos 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 su puesto, estas prácticas no crean el proyecto de cambio, en el sentido de reemplazar a la organización político social, sino que lo acompañan efectivamente: es la distancia que existe entre una definición instrumental y una expresión de deseo que nunca llega a concretarse.

Durante el período 2001/2002, se produjo una “explosión” medios alternativos. Aquellos que venían trabajando con anterioridad a la rebelión popular del 19 y 20 de diciembre de 2001 se vieron fortalecidos, adquirieron mayor visibilidad; a partir de esa fecha nacieron otros nuevos. Grupos de trabajadores desocupados y obreros de fábricas recuperadas comenzaron a organizar sus propias prensas, sus propios modos de comunicar. A su vez, las discusiones sobre la construcción y los modos de funcionamiento de los medios alternativos se cruzaron con la búsqueda de formas organizativas hacia el interior de los movimientos.

En ese marco, los medios alternativos aparecen como parte de las políticas culturales de las clases populares y como impulsores, al mismo tiempo, de nuevos proyectos. Muchos de ellos –no todos–, en una primera mirada, intentan representar las prácticas sociales que ejercen e impulsan en el medio y promoverlas, a su vez, a través de ellos. La política cultural del Grupo de Cine Alavío, por ejemplo, no sólo está presente en sus documentales en tanto texto, sino también en las formas en las que ese video se produce, circula, se lee, se debate y se utiliza. “Nosotros –dicen– reivindicamos el uso instrumental de nuestras películas y pensamos que el ideal es que los compañeros se apropien de los materiales para usarlos en el sentido que consideren: sea para trabajar la libertad de los presos o para hacer el balance de un corte de ruta”²⁹. En la tradición de Cine de la Base y Cine Liberación, la obra se completa en el encuentro con el público: están pensadas para movilizar, para debatir, para cuestionar los propios modos de funcionamiento.

En consecuencia, las tres premisas desarrolladas a lo largo de este artículo nos permiten plantear la imposibilidad de pensar lo contrainformativo por fuera de la intervención política en una coyuntura particular, intervención que tendrá efectos materiales sobre la estructura de funcionamiento de la práctica comunicacional, a la vez que generará un tipo particular de discurso, el discurso contrainformativo, que ya no será un mero reflejo invertido de lo que emiten los grandes medios oficiales de comunicación, sino que por el contrario operará como un ariete que golpee incansablemente contra los espejismos que dichos medios crean.

Enfrentamiento, dependencia política, reconocimiento de la manipulación, son más que tres premisas de

²⁹ Vinelli, N., op. cit.

Contrainformación. Medios alternativos para la acción política.

Autores: Carlos Rodríguez Esperón y Natalia Vinelli
Ediciones Continente / Buenos Aires, 2004.

análisis para el abordaje de diversas experiencias: son los ejes que vertebran los términos del esquema comunicacional (emisor, receptor, contexto), permitiendo observar en términos dialécticos las relaciones entre los mismos, planteando a su vez que no existe acción no dirigida y que el diletantismo, por más combativo que pueda ser, jamás será ni alternativo ni contrainformacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Cassigoli Perea, Armando, “Sobre la contrainformación y los así llamados medios alternativos” en Simpson Grinberg, Máximo (comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*, México, Premia, 1986, págs. 63-71.
- Cine Liberación, “Cine militante. Una categoría interna del tercer cine” en Solanas, F. y Getino, O., *Cine, cultura y descolonización*, Bs.As., Siglo XXI, 1972.
- Chomsky, Noam. “¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales?” en Rev. Zigurat N° 2, Bs. As., noviembre 2001.
- Egia, Carlos y Bayón, Javier. *Contrainformación. Alternativas de comunicación escrita en Euskal Herria*, Ed. Likiniano Elkarte, Bilbao, 1997.
- Enzensberger, Hans Magnus. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1971.
- Gleyzer, Raymundo. “Presentación y autocrítica en forma de diálogo con Tomás Gutiérrez Alea” en AA.VV. *Raymundo Gleyzer*, Cinemateca Uruguaya, Montevideo, 1985.
- Graziano, Margarita, “Para una definición alternativa de la comunicación” en Rev. ININCO N° 1, Venezuela, 1980.
- Lamas, Ernesto. “Encuentro con J. López Vigil: Las Radios de Nuevo Tipo” en Rev. Causas y Azares N° 5, Otoño 1997, Buenos Aires.
- Lins da Silva, Carlos Eduardo. “Las brechas de la industria cultural brasileña” en Festa, Regina (comp.). *Comunicación popular y alternativa*, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1986.
- Llonto, Pablo. *La Noble Ernestina*, Cooperativa Editora Astralib, Buenos Aires, 2003.
- Mattelart, Armand y Mattelart, Michele, *Pensar sobre los medios*, Ed. Fundesco, Madrid, 1987.
- Mattelart, Armand, y Piemme, Jean-Marie, *La televisión alternativa*, De. Anagrama, Barcelona, 1981.
- Muraro, Heriberto. *Neoliberalismo y comunicación de masa*, Ed. Eudeba, Bs. As., 1974.
- Schmucler, Héctor, *Memoria de la comunicación*, Ed. Biblos, Buenos Aires, 1997.
- Simpson Grinberg, Máximo, “Comunicación alternativa: tendencias de la investigación en América Latina” en Simpson Grinberg, M. (comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*, Ed. Premia, México, 1986.
- Vinelli, Natalia, “Una batalla directa contra el imaginario del fascismo” en periódico *Resumen Latinoamericano* nro, 64, mayo 2003.
- Williams, Raymond, *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*, De. Paidós, Barcelona, 1982.