

Decolonizar las políticas de comunicación del Abya Yala. Cincuenta años de aprendizajes para trazar nuevas sendas¹

Decolonize the Communication Policies of Abya Yala. Fifty Years of Learning to Chart New Paths

Decolonizar as políticas de comunicação de Abya Yala. Cincuenta años de aprendizajes para trazer nuevas sendas

—

Manuel CHAPARRO ESCUDERO

España

Universidad de Málaga

mch@uma.es

Susana DE ANDRÉS DEL CAMPO

España

Universidad de Valladolid

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 150, agosto - noviembre 2022 (Sección Tribuna, pp. 17-34)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 06-03-2022 / Aprobado: 11-08-2022 / Publicado: 21-08-2022

1 Texto vinculado a los proyectos: IRSCOM (UMA18-FEDERJA 187, Universidad de Málaga) e INTERNÉTICA (MCINN-PID 2019-104689RB-100, Universidad de Valladolid).

Resumen

En Abya Yala, al igual que en la mayoría de contextos geográfico-políticos, la historia reciente de la comunicación, o más bien de los medios de información y las políticas públicas de comunicación (PPC), han venido marcadas por avances y retrocesos. Consolidar un mapa democrático de medios requiere en estos momentos no solo de una agenda valiente en torno a políticas públicas que tiendan a desconcentrar la propiedad, sino que también exige una ruta que pase por abordar narrativas decoloniales. El trabajo de Chasqui a lo largo de cincuenta años es testigo de los empeños realizados por una comunicación liberalizadora, actora, protagonista y comprometida en la transformación social en favor del común. Aprovechar este bagaje permite reflexionar sobre los éxitos y fracasos para hacer un trabajo prospectivo.

Palabras clave: comunicación, políticas públicas, decolonización, ecologizar, narrativas.

Resumo

Em Abya Yala, como na maioria dos contextos político-geográficos, a história recente da comunicação, ou melhor, dos meios de informação e das políticas públicas de comunicação (PPC), tem sido marcada por avanços e retrocesos. A consolidação de um mapa midiático democrático exige atualmente não apenas uma agenda corajosa em torno de políticas públicas que tendem a desconcentrar a propriedade midiática, mas também requer um percurso que passa pela abordagem das narrativas decoloniais. A actuação de Chasqui ao longo de cinquenta anos é tetemunha do esforço de uma comunicação liberalizante, ator, protagonista e comprometido com a transformação social em prol do comum. Aproveitar este pano de fundo permite-nos reflectir sobre os sucessos e insucessos na realização de um trabalho prospectivo.

Palavras-chave: comunicação, políticas públicas, decolonização, greening, narrativas.

Abstract

In Abya Yala, as in most geographic-political contexts, the recent history of communication, or rather of the information media and public policy communications (PPC), has been marked by advances and setbacks. Consolidating a democratic media map currently requires not only a courageous agenda around public policies that tend to deconcentrate media ownership, but also requires a path that goes through restoring decolonial narratives. Chasqui's work over fifty years is witness to the efforts made by a liberalizing communication, actor, protagonist and committed to social transformation in favor of the common. Taking advantage of this background allows us to reflect on the successes and failures to carry out prospective work.

keywords

Communication, public policies, decolonize, greening, narratives.

1. Introducción

A la hora de hacer un balance llega también la oportunidad de ampliar perspectivas y encontrar soluciones que, desde una radiografía política, social y cultural de la realidad, remueva los cimientos de una epistemología de la comunicación concertada con intereses económicos especulativos.

En políticas públicas de comunicación (PPC), Europa ha sido desde mediados del siglo pasado el paradigma a emular por muchos países de América Latina por la fortaleza de sus monopolios de medios públicos y las posteriores regulaciones tendentes a evitar la concentración del mercado tras la apertura de las concesiones a los medios privados comerciales. Sin embargo, en la década de los 90, las prácticas desregulatorias han ido deteriorando el mapa de medios en Europa. Los medios públicos son ahora, en la mayoría de los países de la Unión Europea (UE), más débiles y la pluralidad cada vez más reducida a pocos actores. Si bien existen países con medios públicos que mantienen una importante agenda informativa independiente y una fuerte regulación del mercado privado —casos de Alemania y Gran Bretaña— las Directivas de la UE que marcan el umbral de mínimos sobre el que deben legislar todos los países no parecen haber tenido efecto al mantenerse las advertencias sobre la oligopolización del mercado como uno de los problemas más graves para la democracia (García-Castillejo y Chaparro-Escudero, 2019). La concentración mediática ha aumentado, las autoridades reguladoras independientes responsables son débiles, las políticas laxas y los marcos legislativos tendentes a consolidar la realidad impuesta por el mercado. Se regula desde la desregulación al aceptar hechos consumados. La intervención sobre una concentración que pone en jaque a las democracias es urgente. Entre los casos más llamativos recuérdese que en Italia Silvio Berlusconi es el dueño de todos los canales privados de televisión y que en España se mantiene el duopolio Mediaset-Atresmedia con capital mayoritario de empresas italianas. La calidad del sistema mediático determina la calidad de la democracia y en esta la pluralidad, como la independencia, es una exigencia.

Los medios públicos pierden capacidad económica y se vuelven más gubernamentales, pero como en los privados imponen una agenda mediática tendente a consolidar los imaginarios sociales del liberalismo económico, en un momento en que las transformaciones ecosociales requieren un nuevo orden simbólico. Las PPC se tendrían que orientar a la democratización del espectro y la estructura de medios, de la mano de discursos empoderadores desde los márgenes de lo subalterno, de narrativas y miradas ecosistémicas capaces de analizar la ecodependencia en la naturaleza como sistema global de equilibrios de la que el ser humano es una parte más. Es decir, sin narrativas decolonizadoras de imaginarios caducos las políticas públicas para el bien común fracasarán. El cambio climático, consecuencia del modelo global desarrollista, exige la reformulación de conductas y la toma de conciencia es

imposible sin la elaboración de narrativas decoloniales y para el decrecimiento, algo que el actual sistema de medios concentrado y apegado al poder impide.

Esta tesis ya fue expuesta con anterioridad (Chaparro-Escudero, 2009, 2013, 2015 y Chaparro et al., 2020) y sigue siendo un gran desafío para superar, no una pandemia, sino la sistemática que pone en riesgo la vida en el planeta. Pretender PPC democratizadoras sin atender un sentir pluriverso, multiepistémico y multiontológico de las narrativas impide una verdadera transformación.

Buena prueba de ello fueron las importantes y ejemplares reformas en PPC llevadas a cabo en el Abya Yala en las primeras décadas de este siglo siguiendo en parte el modelo europeo, pero abriendo una mayor participación desde el amplio reconocimiento de los medios del tercer sector: Venezuela, Argentina, Ecuador, Uruguay o Bolivia (actualmente Chile parece emprender esta misma ruta tras la llegada de Gabriel Boric al gobierno). Con leves diferencias en sus apuestas se persiguió el fortalecimiento de los medios públicos y la desconcentración de los medios comerciales, el éxito inicial de estas reformas verdaderamente revolucionarias y ejemplares está siendo desmontado por la llegada de gobiernos neoliberales influidos por los intereses de las corporaciones empresariales mediáticas nacionales y extranjeras. No obstante, aunque en Bolivia se mantiene el gobierno impulsor de las medidas reformadoras no ha existido un verdadero empuje por aplicar la Ley de Telecomunicaciones, Tecnologías de la Información y la Comunicación de 2011 en su verdadera dimensión. Los nuevos gobiernos fueron una oportunidad de cambio real vencido en parte por un golpismo mediático, pero también por la pérdida de conexión con las bases que les apoyaron que no entendieron algunas actitudes que contrariaron sus propuestas iniciales. El camino no era fácil.

El devenir de las PPC en América Latina tiene un largo recorrido de luchas y propuestas. Sin embargo, históricamente las élites gobernantes tradicionales siempre estuvieron más interesadas en propagar y mantener los privilegios y el pensamiento eurocéntrico heredado de las colonias, sin considerar otro capital cultural.

La llegada de procesos revolucionarios disruptivos siempre se contradecía con una narrativa que no terminaba de entender la necesidad de una ruptura decolonial con el pasado que deshiciera el pensamiento dicotómico y las caducas jerarquías dualistas: desarrollo/subdesarrollo, ricos/pobres, civilizado/salvaje, norte/sur, hombre/mujer, humano/naturaleza (de Andrés y Chaparro, 2022). Tampoco hubo un interés real en generar dinámicas propias no necesariamente marcadas por la imitación-limitación occidental. Si bien la crítica a la dependencia recogida desde un sentir amplio por Cardoso y Faletto (1977) significó un punto de inflexión, no iba mucho más allá de proponer un “desarrollo” endógeno, más autónomo, cuestión que se demostró imposible sin hacer intervenciones profundas en el modelo y en las estructuras económicas capitalistas que manejaban (manejan) a su capricho a los gobiernos.

El movimiento zapatista (1994) alumbró esperanzas de gobierno y políticas desde un sentir más inclusivo, no solo desde un sentir obrero, fundamentalmente considerando las prácticas organizativas y los conocimientos de los pueblos indígenas y afroamericanos, casi siempre excluidos de los círculos de gobierno y vistos solo desde la “comunicación para el desarrollo” o desde el paternalismo de la verdad blanca eurocéntrica.

Los importantes aportes realizados en América Latina perfectamente definidos por Erick Torrico (Chasqui 149, 2022) que van desde las llamadas décadas rebeldes (1960 y 1970) hasta el cambio de siglo, no dibujaban todavía el horizonte del Abya Yala, es decir, no tuvo en cuenta incorporar otras miradas críticas de precursores como el boliviano Fausto Reinaga (1906-1994) cuyo pensamiento rupturista con el eurocentrismo dominante reivindicaba el pensamiento y la autonomía india. No se fue capaz de tomar como propios los discursos, prácticas y reivindicaciones subalternos, de los sin nadie, de los reclamos de líderes sociales que el poder mediático, instrumento de las corporaciones, discriminaba al tacharlos de antisistema, comunistas (término que se acostumbra a usar gratuitamente para estigmatizar al disidente) y hasta utópicos, como si la utopía no fuera el principal motor de las conquistas sociales o como si ir contra un sistema injusto no formara parte de un derecho. Esos mismos medios que hablaron de Donald Trump como un antisistema se equivocan, el personaje no es un antisistema es un corrupto del sistema. Las transformaciones en la raíz del sistema sí lo representan lideresas y líderes sociales del campo y los barrios empobrecidos donde la hibridación de sentires mestizos, indígenas y afros reivindican otra sociedad. Desde la propuesta de recuperar identidad y territorio, como dijo la vicepresidenta de Colombia Francia Márquez en su toma de posesión la reclamación da pie a luchar “hasta el día en que la dignidad sea normalidad”.

La fuerza del Estado democrático se debilita ante sistemas mediáticos controlados por el poder económico, que usa los medios en beneficio de intereses especulativos alejados del bien común. Hay un golpismo mediático que las audiencias y el votante electoral desconocen porque los mismos medios ocultan estas estrategias. Los medios dejaron de ser garantes de los derechos de la ciudadanía, han sido y son responsables del debilitamiento democrático, de agendas chantajistas, de campañas de desinformación cuando sienten los intereses de sus patrones en riesgo. Esta deriva se vive especialmente en el audiovisual, en los contenidos radiados y en la televisión, que siguen siendo los medios más masivos y con mayor penetración pese al auge de las redes digitales y los consumos no lineales. Siendo fundamentales siguen resultando insuficientes los medios cooperativos y del tercer sector, las apuestas empresariales comprometidas con una agenda al servicio de la ciudadanía que, sin embargo, mantienen vivo un periodismo de investigación que evidencia la corrupción del sistema y la necesidad de regeneración, de repensar como dice Cerbino (2018) una comunicación al servicio del bien común desde la proximidad

para reconstruir los lazos sociales. Para ello es fundamental el rescate de los bienes comunes comunicacionales que van desde el espacio radioeléctrico, a las tecnologías y software monopolizados para ponerlos al servicio del bien común.

Todos los golpes de Estado habidos en el Abya Yala desde Guatemala (1954) hasta los más recientes como el de Honduras y Paraguay (2009 y 2012) fueron orquestados por una propaganda que demonizaba el poder democrático, no servil, a los intereses de EE.UU. y sus corporaciones, desde la United Fruit Company (Guatemala 1954) a Exxon y toda la industria extractiva y las “zonas económicas especiales” para permitir la explotación de mano de obra esclava en las “maquilas”. Todas ellas prácticas extendidas a todo el mundo, incluso en los países catalogados como desarrollados. Esta debilidad no ha sido superada. Es más, cuando se consiguen poner en marcha políticas mediáticas para desmontar los oligopolios y reforzar el servicio público, el poder del capital juega a desestabilizar el mercado para derribar gobiernos. Los medios son un ariete que el poder económico no está dispuesto a ceder porque son conscientes de que solo desde medios al servicio del interés por el bien común se pueden establecer narrativas que incentiven las transformaciones.

En los últimos 60 años ha habido tanto propuestas como procesos de PPC ejemplares y todos han fracasado porque siempre terminaba por imponerse bajo la presión económica y la mirada colonial, ya fuera externa o interna, la ecuación:

- poder económico desregulado + medios corporativos y gubernamentalizados = democracia fallida.

Frente a la ecuación decolonial:

- economía del bien común + bienes comunes regulados (incluidos los mediáticos) = democracia con oportunidades.

No ha sido tampoco hasta el presente siglo cuando los imaginarios del desarrollo, la modernidad y el supuesto progreso pretendido han empezado a ser impugnados con fuerza en la región desde la impronta decolonial, un pensamiento pionero del Abya Yala nacido a finales del siglo pasado que plantea la urgente necesidad de descontaminar imaginarios (Walsh, 2005; Escobar, 2012; Esteva, 2009; Illich, 2011; Sachs, 1992; Quijano, 2010; Mignolo, 2007; Torrico, 2016, entre otros). La ruptura con los imaginarios de seducción impuesto por el “norte” conquistador para buscar alternativas reales desde un pluriverso antagónico con la globalización homogeneizadora impuesta. Como dice la pionera Catherine Walsh (2005) la decolonialidad permite visibilizar las luchas pensada desde la gente y sus prácticas sociales que son también epistémicas y políticas (2005).

Desde este aporte original de pensamiento crítico, la comunicación ha comenzado a dejar de ser vista como una herramienta al servicio del desarrollo y desde expresiones populares, a reivindicar las narrativas del buen vivir en consonancia con la recuperación de identidades ecosistémicas preexistentes al capitalismo. Estas narrativas constituyen toda una propuesta de economía del bien común confrontada al apocalipsis del cambio climático cuya principal causa es la sociedad capitalista basada en un consumo depredador y especulativo. Superar la modernidad es un proceso que exige políticas de comunicación inclusivas junto a narrativas rompedoras para dar una oportunidad a una sociedad de economía real, a recuperar el necesario equilibrio ecosistémico. El sentir de la comunicación debe ser desde la raíz, radical.

2. Hacia un nuevo paradigma decolonial de la comunicación

El salto a un nuevo paradigma pasa por radiografiar los fracasos para no repetirlos, por reconocer que la solución exige poner en el centro el interés por el bien común afectando a todos los ámbitos de la vida, considerando que la comunicación juega un papel trascendental como catalizadora, constructora de imaginarios y de dinámicas sociales. Recuperar la comunicación como algo raizal (término recuperado por Fals Borda) o radical (de Andrés y Chaparro, 2022): la comunicación como valor de relacionamiento, de emotividades racionales, del sentipensar y de saberes reparadores es imprescindible. El cambio de una narrativa que restablezca nuestra necesaria conexión de vida como seres ecodependientes exige intervenir en tres direcciones: despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar los medios.

El nuevo paradigma implica reconocer que la historia de la humanidad lleva más de 500 años sujeta a un proceso acelerado de desconexión con la naturaleza olvidando que somos parte de ella y que el daño causado repercute directamente en nuestra salud. En la historia de los procesos civilizatorios, la mayoría de ellos depredadores, las culturas se extinguían por agotamiento y colapso del modelo dando paso a nuevas hegemonías. El inicio del proceso colonial europeo y la exacerbación de la filosofía racionalista supuso un salto cualitativo en el androcentrismo científico de una sociedad patriarcal. La ciencia creada por el “hombre” lo puede todo. La ciencia puso su objetivo en dominar la naturaleza, domesticarla desde la impronta del supremacismo cultural europeo que sometió además a culturas milenarias construyendo imaginarios que perduran en nuestros días en el tecnocapitalismo o en el “capitalismo encarnado” (de Andrés y Chaparro, 2022).

Nuevos mapas reivindicativos de satisfacciones comunes, al margen del economicismo marcado por el pleonasma del desarrollo humano, comienzan a dibujar el verdadero horizonte de derechos. Por ejemplo, el mapa de los países donde el estatuto del aborto es legal o los mapas de seguridad física de las mujeres, nos hablan de una cartografía de conquistas sociales más que

territoriales. Cartografiar el extractivismo poscolonial denuncia el mapa de la guerra a la naturaleza, librada de nuevo en los territorios “conquistados”. Cartografiar los muros para impedir el libre movimiento de personas visibiliza la humillación a toda la humanidad. Los límites políticos no son los únicos que explican la injusticia social, ya que la historicidad de los pueblos atraviesa proyectos culturales y ecosistemas humanos que no nacieron de fronteras. Denuncias necesarias desde el discurso decolonial.

Hoy, la civilización de la sociedad de consumo globalizada arrastra a todo el planeta a una destrucción desconocida que nos sitúa en una nueva era geológica denominada por el Premio Nobel Paul Crutzen como Antropoceno, o más bien cabría decir del Capitaloceno, porque estamos ante un modelo económico que basa su éxito en la explotación extrema de recursos naturales y de cuerpos.

Las políticas públicas de comunicación (PPC) pensadas desde la administración de los bienes comunes (tecnologías) y para el bien común no serán suficientes sin el propósito de avalar una narrativa responsable con la ecoddependencia del ser humano, rupturista con la propaganda consumista, disruptiva y divergente con el actual modelo. Esta narrativa se vehicula a través de los tres ejes básicos ya mencionados anteriormente.

Despatriarcalizar

Despatriarcalizar la comunicación es comprometerse con un mensaje rupturista con los imaginarios machistas y con las estructuras de poder androcéntricas, que son anteriores al capitalismo y la sociedad contemporánea. Poner fin a improntas culturales heredadas de generación en generación que han socavado la igualdad y sometido a violencia física, social, cultural, sexual y económica a las mujeres. No hay posible reforma sin el abandono de ideas impuestas desde el culto a la violencia. Esta es una narrativa criminal a desterrar de inmediato. La cultura de la violencia bebe en el patriarcado. Las narrativas de paz son la única alternativa para construir desde el diálogo escenarios de justicia y una sociedad de iguales.

La centralidad masculina, con las culturas violentas asociadas a ciertos roles masculinizados tradicionales, son el lastre de una violencia social y ambiental que no puede neutralizarse sin una mirada crítica e intolerante hacia la dominación y violencia interhumana más sistemática e impune, eso que denunciamos como violencias machistas. El proceso colonial y patriarcal, extractivo e invasor, de conquista de territorios, justificó el proceso colonizador del territorio-cuerpo de las mujeres. La guerra continuó en el cuerpo de las mujeres (Segato, 2014) y también es ahí donde el neoliberalismo sigue actuando. Desde la hipersexualización excesiva hasta las violencias estéticas, el capitalismo está hoy encarnado.

Decolonizar

La racionalidad colonial ha operado con dispositivos y tecnologías “de silenciamiento y anulación de experiencias y saberes” regulando la “producción del saber/verdad/poder” (Maldonado, 2016). La colonización es un proceso permanente y que ahora se produce con eficacia desde el entorno digital. En este nuevo escenario-territorio, este proceso no solo regula la “verdad” o el saber sino también la mentira, desde las fake news, el desconocimiento y el desempoderamiento.

Recuperar el territorio-hogar, el espacio que se habita, es vital para el autogobierno, para la toma de decisiones consecuentes y activar procesos endógenos. Los esfuerzos por descolonizar y sacudirse del dominio conquistador son parte de un proceso aún más complejo y necesario que está relacionado con la libertad de pensamiento, que es previa a la libertad de expresión y, por supuesto, estas son previas al libre comercio. La libertad de pensamiento exige un trabajo de descolonización de pensamiento e imaginarios, el proceso decolonial al que aludimos.

La opción decolonial invita a un re-existir, como dice Elba Palacios (2019), para crear, recrear y transformar, a un resetear la mirada, el pensamiento y la acción. El territorio a decolonizar es el de nuestra mente y nuestros cuerpos para establecer un relacionamiento centrado en el bien común y el reconocimiento de los derechos de la naturaleza. Decolonizar es una tarea titánica que se mueve entre el intangible de las ideas y la necesidad de poner fin a la sociedad del homo consumus y el homo desarrollus. Una tarea que empieza en cambios epistemológicos, que afecta a la educación y se siembra desde una comunicación pensada en narrativas ecosociales, despatriarcalizadoras y disruptivas con el pensamiento único capitalista. La conquista de la autonomía, del buen gobierno de la vida comunitaria y personal desde el bien común tiene hoy raíces más profundas en el territorio de la decolonidad que en la tangible y necesaria soberanía de gestión del territorio.

Ecologizar

La comunicación mediática ha sido corrompida y expropiada para ser puesta al servicio casi exclusivo de los intereses mercantiles. Ecologizar la comunicación infiere tanto recuperar la soberanía tecnológica para ponerla al servicio del bien común como considerar que el diálogo no es solo entre determinadas personas con acceso e intereses mediáticos, sino entre y sobre todas las personas humanas y sobre la naturaleza que nos acoge. La comunicación ha de transmitir desde el reconocimiento de nuestra ecoddependencia. La ruptura de la comunicación con el mundo natural ha favorecido una cultura depredadora que está llevando al planeta al borde de la extinción. Muchos de los daños ya causados son

irreversibles: desaparición de especies, de ecosistemas que alimentan vidas como glaciares, bosques y selvas.

Ecologizar la comunicación implica ecologizar la economía de la comunicación y la información. El decrecimiento del sistema concentrado de medios dominante permitiría enriquecer el ecosistema mediático potenciando los medios de proximidad de estructura cooperativa que compartan en red para compartir y tener mayor incidencia. La proximidad es el valor a rescatar para poner el relato desde abajo y las periferias en el centro del diálogo. Las redes virtuales cuando se alejan del conocimiento real que produce una relación de contacto y conocimiento real, construyen avatares donde la mentira y la banalidad encuentra su mejor caldo de cultivo. Las redes “sociales” digitales son hoy un elemento de comunicación, pero también de incomunicación al estar propiciando que la mentira exista disfrazada de verdad, que la realidad transmitida sea más virtual que real. Es necesario usar las tecnologías desde lógicas de servicio público y para el bien común.

Ecologizar comunicacionalmente también implica repensar los valores dominantes amparados en la libertad periodística empresarial antes que, en la libertad de expresión y el bien común, que antepone comportamientos individuales y minoritarios para determinar y condicionar el rumbo social.

Al margen del beneficioso intercambio que una información desconcentrada puede aportar existen otros problemas que atentan contra los valores de paz. En una ecología comunicativa se necesita reducir el vertido de mensajes tóxicos. Cuando los contenidos contribuyen masivamente al deterioro de los derechos y los valores éticos es necesario intervenir (lo que implica, primero, educar en competencia mediática) al igual que se hace cuando existen sustancias tóxicas que contaminan y matan. Más allá de cuestiones censoras se trata de establecer cortafuegos con las fuentes que contaminan el sistema y nuestra semiosfera provocando la descomposición social.

Comunicación circular

Defender una economía circular: de proximidad, de equidad, de cuidado de los ecosistemas, de justicia retributiva es imprescindible para cambiar el rumbo suicida de la sociedad hipotecada al crecimiento permanente, al obligado consumo para que la locomotora viaje cada vez más aprisa aun conociendo el riesgo de hacer explotar su caldera y ante la inexistencia de un destino satisfactorio. En esta carrera, la comunicación mercantil digitalizada es el último grito propagandístico del capitalismo, tan metido en nuestras venas que cuesta ver el abismo al que conduce. Es el último grito tecnológico y como siempre el que parece traer todas las soluciones. Como en la historia de todas las tecnologías desde la escritura, la imprenta y la transmisión por cable y ondas, el interés del poder político y económico por su dominio han puesto en evidencia que los mecanismos de control para ponerlas al servicio de la

sociedad han fracasado. Son objeto de negocio especulativo y, por tanto, sujetas a desregulaciones que solo favorecen al control social mediante la propaganda de la felicidad consumista como ya predicaran Bernays y Lippmann, controlar a la masa descarriada es el objetivo de los medios de información, evitar que el rebaño se des controle o no sea útil a los intereses de “gobierno”.

El economista Serge Latouche (2006) propuso un círculo virtuoso para salir del neoimperialismo económico: las llamadas “8 erres” del decrecimiento, que pueden permitirnos reencontrar las diversidades culturales porque su lógica reparadora está relacionada con el sentir del Suma Kawsay, el Suma Kamaña, el Ubuntu y en general con las cosmovisiones precapitalistas: reevaluar, reconceptualizar, reestructurar, redistribuir, relocalizar, reducir, reusar y reciclar. En continuidad con esta propuesta, encontramos la necesidad de trasladar este pensamiento al sistema de la comunicación, sin olvidar la perspectiva feminista, sumando las erres anotadas por Nancy Fraser (2015) para alcanzar una mayor igualdad: redistribución, reconocimiento y representación y trasladarlas a la comunicación (de Andrés y Chaparro, 2022). En una comunicación circular las diez R serían: repensar, rediseñar, resignificar, recuperar, redistribuir, reestructurar, reducir, reutilizar y reciclar.

Repensar

Hay una obligación de disenso con la sociedad del desarrollo que nos sitúa ante la necesidad de encontrar un nuevo rumbo. Repensar para poner la mirada en una forma diferente de hacer centrada en verdaderas utopías y no en quimeras. Repensar para ir más allá, a modelos empáticos con la vida que nos acerquen a la biofilia. Repensar la comunicación exige una narrativa decolonial comprometida con principios ecosociales, pensada desde el sentir de la ecoddependencia como fundamento cooperativo y de respeto entre humanos y naturaleza, un periodismo que más allá de un sentir humano represente una “humanaturalidad”, una alianza imprescindible no para la sostenibilidad sino para la convivialidad. Una comunicación de periodismo comprometido donde las tecnologías se piensen desde el bien común. Repensar la comunicación para empezar a transformar un modelo caduco y ecocida.

Rediseñar

No es posible hacer las transformaciones culturales, sociales, económicas y políticas necesarias sin intervenir en la estructura de medios. El rediseño debe configurar un modelo de comunicación no cooptado por el poder económico y político. La comunicación como experiencia de conocimiento y enriquecimiento social necesita de una información comprometida con la verdad, con la ética de comunicar la diferencia por encima de los intereses cortoplacistas ahora dominantes. Rediseñar para pasar de lo macro a lo micro, para hacer

comunicación desde abajo y las periferias, para trabajar una comunicación en red que favorezca los intercambios, el diálogo permanente, la creación y la construcción de comunalidad y convivialidad (Escobar, 2019). Rediseñar más allá del capital.

Resignificar

Existe una corrupción de las palabras y del lenguaje que obliga a examinar la correspondencia entre significado y significante. El definido como pobre es en realidad un empobrecido por el sistema, el rico un enriquecido, una diferencia que llega a establecer la diferencia en la movilidad fronteriza entre un turista y un migrante. El desarrollo no era el crecimiento económico. La comunicación no es mera información, como alimentarse es algo más que comer, vivir no es consumir, o el derecho a la vida no es estar vivo, sino vivir de manera digna y en plenitud. Los medios han interferido alterando significados, corrompiendo la palabra, la publicidad ha convertido la felicidad en un gesto de consumo no saciable. Libertad no es poder de compra, ni de elección de producto. Es necesaria una descontaminación profunda de imaginarios a través de un lenguaje no tramposo. Usar las palabras desde el compromiso con sus efectos y con el sentido con el que evolucionaron para construir entendimiento.

Recuperar

Una comunicación sin sentir ético impide trabajar una agenda de valores. Los medios parecen haber abandonado a la ciudadanía para centrarse en la audiencia, objeto codiciado para el mercado publicitario y la mercadería de la política al servicio del capital. Recuperar la comunicación implica poner el centro en los intereses de la ciudadanía, en los problemas reales, en debatir y llegar a acuerdos que faciliten el buen gobierno. La información de los medios debe contribuir a diluir los conflictos, a denunciar la violencia. Recuperar debe ser reparar desde la comunicación la conexión natural, el equilibrio con la naturaleza, considerar la existencia de multiepistemologías y multiontologías que encuentran soluciones diversas y adaptadas en los diferentes ecosistemas que las habitan. La comunicación reparadora de la diversidad es contributiva de conocimientos compartidos, de aprendizajes mutuos para recuperar nuestra “humanaturalidad”.

Relocalizar

El interés del capital es desenraizar y desvincular lo humano de lo natural, hacer de lo artificial el centro de interés. La deslocalización aleja de la vida real y de la proximidad, los alimentos se hacen viajeros, la ropa se hace viajera, calzado, electrodomésticos, se producen lejos de dónde deben ser aprovechados, pero

también las ideas, los sentimientos y la información. La desvinculación con el entorno se ha naturalizado desde una comunicación contaminante, desde narrativas mediáticas interesadas en promover la modernidad, en hacer creer que cualquier innovación es progreso, que la distancia social y la asepsia en las relaciones es beneficiosa, la corporalidad mata. Relocalizar nos obliga a un pacto con la proximidad y a recuperar la comunicación de vecindad. Relocalizar los medios es hacer medios de proximidad, acercar a emisores y receptores, aproximar los discursos, reconocerlos como propios y defender el ecosistema que se habita, no es posible relocalizar la vida sin la existencia de una verdadera comunicación y cualquier tecnología debe tener como finalidad ser parte de la estrategia al servicio de lo común.

Redistribuir

La concentración de los recursos se acepta como un mal menor desde el argumento de un mejor funcionamiento. La riqueza que acumula defiende el argumento de que permite una mayor eficiencia en la administración de los recursos. La idea de que redistribuir es propio de ideas comunistas, obvia que es ante todo un comportamiento normal en la naturaleza que se construye desde la cooperación y el equilibrio. Solo el ser humano acumula para desposeer, para excluir, para ejercer el poder desde la violencia que genera la riqueza concentrada. Redistribuir es una clave de supervivencia, es una cuestión ética, los recursos no son de uso privativo y son generados colectivamente. La concentración mediática permite la propagación de ideas que defienden beneficios de solo una minoría. Redistribuir es desconcentrar y hacer que los bienes escasos alcancen a la mayoría social. Los medios usan un bien escaso, el espectro radioeléctrico, para difundir sus mensajes y obtener beneficios privativos. Sin embargo, la propiedad del espectro es del conjunto de la sociedad, de ahí la importancia de un uso responsable que permita pluralidad de actoras, las voces como decía el Informe de MacBride para la UNESCO (1981) deben ser múltiples y ello es imposible si se impide el acceso favoreciendo la concentración. El latifundismo mediático incide en el monocultivo informativo con las mismas consecuencias dramáticas observadas en los ecosistemas sometidos a la eliminación de la diversidad: el empobrecimiento. En comunicación entraña el deterioro del pensamiento crítico, la homogeneización de las conductas, el aislamiento cultural y la invisibilización.

Reestructurar

Nada se puede cambiar sin remover los cimientos. Las estructuras que gobiernan la comunicación-información están en pocas manos, no responden a un modelo de equilibrios entre los diferentes sectores: público, privado-comercial y ciudadanía. Son medios o empresas privadas quienes gobiernan

y distribuyen a gran escala las narrativas que se aceptan globalmente. Hace años que esta realidad dejó de ser una hipótesis. Ya mencionamos el Informe MacBride y cómo desde entonces los problemas se han agravado de manera extrema. No será posible generar nuevas narrativas sin plantear una reestructuración que establezca equilibrio en la gestión de los medios y las tecnologías. La comunicación exige y es dialogicidad, horizontalidad, podría decirse que la comunicación es más saludable cuantas menos relaciones de poder integre. Junto a las estructuras de poder mediático es oportuno trabajar contenidos que eliminen la subordinación de las audiencias, su consideración como mercancías. Los medios del tercer sector dejarían así de ser marginales, ya que pueden ser, en un correcto funcionamiento, verdaderos constructores de ciudadanía y generadores comunitarios. El relato compartido se genera en los espacios públicos y es ahí desde donde se construyen y generan las narrativas que nos unen. Reestructurar los medios para devolver la centralidad del debate a los problemas sociales y ambientales. Los medios del poder generan el relato de la crisis y los necesarios ajustes duros, cuando es la nula distribución de la riqueza la que provoca desastres y determina la exclusión social. El ecosistema mediático requiere equilibrio de poderes y en el ámbito privado-comercial, público o comunitario-asociativo exige ante todo el compromiso de ofrecer un servicio público que aporte verdaderos nutrientes a la construcción de ciudadanía.

Reducir

Más canales, más medios, más tecnologías, la cantidad no tiene nada que ver con la calidad y la satisfacción de necesidades. La diversidad no se ve reflejada en la cantidad de contenidos que circulan, la disponibilidad de tecnología en manos de la ciudadanía no ha generado valores sociales, solo la atomización, el aislamiento y la acentuación del “yoismo”. El “más es menos” aplicado al decrecimiento de la sociedad obesa del desarrollo es exigible a todos los ámbitos. La comunicación en sociedad no puede darse solo entre avatares, necesita la piel y el reconocimiento mutuo. Reducir implica acabar con la obsolescencia programada que genera gigantescos vertederos tecnológicos altamente contaminantes, una sobreproducción de bienes para la que se ha necesitado destruir ecosistemas y usar mano de obra esclava. Reducir implica una desdigitalación individual y colectiva para no hipotecar el tiempo de vida a la máquina y la evasión inconsciente de la realidad, para salvaguardar la privacidad y acabar con la minería meramente extractiva de datos. Suficiencia sin derroche, suficiencia para la vida equilibrada y tiempo para la contemplación.

Reutilizar

El desarrollo tecnológico llevado a un mercado desmedido ha desnutrido las estrategias de comunicación tradicionales siempre eficaces y no supeditadas al coste energético. La comunicación popular ha sido siempre rica y eficiente en estrategias promotoras de iniciativas culturales, la participación, el empoderamiento y la toma de conciencia. La tecnología se debe democratizar, pero no es determinante para la acción participativa y la fiesta cultural: murales, grafiti, pasquines, canciones, performances, etc. La calle es el principal lugar público a ocupar y reivindicar, es el espacio de la oralidad colectiva. Más allá de la tecnología omnimedial, los escenarios físicos se vuelven esenciales para recuperar una comunicación de contacto directo entre las personas y con los ecosistemas de vida.

Reciclar

Implica antes que nada dejar de contaminar y producir basura inorgánica. Reciclar presupone no tener que producir bienes que deben ser procesados para ponerlos de nuevo en circulación. Los usos y utilidades deben ser ante todo duraderos, en tiempos que no supongan generar huellas ecológicas que sacrifiquen ecosistemas. La naturaleza recicla abonando, los restos orgánicos son reabsorbidos para convertirse en nutrientes. “Reciclar en comunicación obliga a activar la capacidad de recuperar significados y descontaminarlos, volver a resignificar comunicacionalmente prácticas respetuosas en los comportamientos productivos y económicos. Las palabras se convierten en parte de la estrategia de la obsolescencia cuando se pervierten y se malean. El reciclaje de los comportamientos empieza en la comunicación, en la verbalización” (de Andrés y Chaparro, , 2022, p. 306). Reciclar es descontaminar el lenguaje de las ideologías dominantes para permitir la palabra libre.

3. Conclusiones

El desafío comunicacional requiere PPC que acompañen una narrativa para la ecotransición. La sistemía que el planeta enfrenta como consecuencia de la economía del desarrollo necesita construir nuevos modelos de convivencia, un imposible sin una comunicación que contribuya a polinizar y sembrar la conciencia de que es posible un nuevo modelo de convivencia, de reconocimientos, de soluciones diversas desde las diferentes epistemologías y relacionamientos ontológicos. La globalización comunicativa debe partir de redes hechas desde abajo que trasciendan colaborativamente para despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar. El desarrollo ha construido un modelo de autofagia depredador de vida facilitado por el bombardeo mediático del consumismo permanente como facilitador de satisfacciones que persiguen

una falsa felicidad. El capitalismo se ha aceptado hasta no dejar ver que nuestra “mutación antropológica” —recordando la crítica social de Pasolini (López Mondejar, 2022)— nos hace serviles al adoctrinamiento de populismos que buscan la exclusión y la violencia como forma de perpetuar la sociedad blanca heteropatriarcal capitalista, que hoy representa el fracaso civilizatorio. Una comunicación corazonada será imprescindible para desterrar el odio, y una comunicación del sentipensar pondrá la naturaleza en el centro de la narrativa tal como han venido haciendo a lo largo de la historia los pueblos naturales en las culturas precapitalistas. Una comunicación feminista pondrá la igualdad y el cuidado en el centro, impugnando las pirámides de opresión levantadas por el patriarcado. Una comunicación pacifista priorizará el encuentro y la escucha rechazando la violencia como hacedora de la historia.

Referencias bibliográficas

- Chaparro, M. (2009). “Comunicación y desarrollo. Retos para un nuevo periodismo”. Revista *Telos* N. 81. Madrid: Fundesco.
- . (2013). “La comunicación del desarrollo. Construcción de un imaginario perverso”. En *Telos* N. 94. Madrid: Fundesco.
- . (2015). *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. La distopía del desarrollo*. Bogotá: Desde Abajo.
- Chaparro, M., y de Andrés, S. (2022). *Comunicación radical. Despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar la cultura mediática*. Barcelona: Gedisa.
- Chaparro, M., Espinar, L., Mohammadiane, A., y Peralta, L. (2020). *Guía de transición ecosocial y principios éticos para nuestros medios*. Madrid: Fragua. Quito: CIESPAL.
- García-Castillejo, A., y Chaparro, M. (2019). “Desafíos del audiovisual frente a la concentración y las plataformas: Un nuevo marco jurídico español y europeo”. En M. Chaparro, V. Gabilondo y L. Espinar. *Transparencia mediática, oligopolios y democracia. ¿Quién nos cuenta el cuento? Indicadores de rentabilidad social y políticas en radio y televisión: América Latina y Europa Mediterránea* (pp- 25-62). Salamanca: Comunicación Social.
- Cerbino, M. (2018). *Por una comunicación del común. Medios comunitarios, proximidad y acción*. Quito: CIESPAL.
- Escobar, A. (2019). *Autonomía y diseño. La realización de lo comunal*. Popayán: Universidad del Cauca.
- Esteva, G. (2009). “Más allá del desarrollo: la buena vida”. *América Latina en Movimiento*, N. 445. Quito, junio, pp. 1-5.
- Fraser, N. (2015). *Fortunas del feminismo*. Quito: IAEN, Madrid: Traficantes de Sueños.
- Illich, I. (2011). *La sociedad desescolarizada*. Ciudad de México: Brulot.
- Latouche, S. (2006). *La apuesta por el decrecimiento. ¿Cómo salir del imaginario dominante?* Barcelona: Icaria.
- López-Mondéjar, L. (2022): El futuro es de los mutantes. Madrid, *Tinta Libre*, N. 102, p. 5.
- Krohling, C., Chaparro, M., y Torrico, E (2019). “Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía”. *Chasqui* N. 140, 49-58.
- MacBride, S. (coord..) (1981). *Un solo mundo voces múltiples*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

- Maldonado, C. A. (2016). Introducción: “Apuntes sobre descolonización epistémica en el pensamiento comunicológico regional”. *Chasqui*, N. 131.
- Mignolo, W. (2007). *La idea de América Latina. La herida colonial y la opción decolonial*. Barcelona: Gedisa.
- Quijano, A (2000). “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina”. En E. Lander (Comp.). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Perspectivas 536 Latinoamericanas. Buenos Aires: CLACSO.
- Palacios Córdoba, E. (2019). “Sentipensar la paz en Colombia: Oyendo la reexistentes voces pacíficas de mujeres negras afrodescendientes”. *Memorias. Revista digital de Historia y Arqueología del Caribe Colombiano* (mayo-agosto), 131-161. Cali: Universidad del Valle.
- Sachs, W. (1996). *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*. Lima: FRAYEC.
- Segato, R. L. (2014). *Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres*. Puebla: Pez en el árbol.
- Torrice, E. (2022). “La crítica comunicacional latinoamericana: los factores en su forja”. *Chasqui* N. 149, Quito: CIESPAL.
- Torrice, E. (2016). *La Comunicación pensada desde América Latina (1960-2009)*. Salamanca: Comunicación Social.
- Walsh, C. (2005). *Pensamiento crítico y matriz (de)colonial. Reflexiones latinoamericanas*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador /Abya-Yala.

