
Educomunicación como práctica emancipatoria

*... es al tornarse pregunta que la palabra instaure
el espacio de la comunicación, e invirtiendo el proceso
de alienación que arrastra la palabra cosificada,
las palabras generadoras, como Freire las llamaba,
rehacen el tejido el sentido social del lenguaje
posibilitando el encuentro del hombre
con su mundo y con el de los otros.
Martín-Barbero (1998)*

Norah Gamboa Vela¹

Adrián Padilla Fernández²

A lo largo del siglo XX y lo que va del XXI, la acción hegemónica de los centros de poder coloniales e imperialistas se ha desplegado en diferentes latitudes planetarias con diferentes modos e intensidades. Desde los grandes eventos bélicos con sus consecuentes resultados, que van diseñando los mapas geopolíticos, hasta la sistemática producción simbólica de la industria cultural que naturaliza la visión de mundo con las lógicas dominantes. En ese contexto, la centralidad de los medios de comunicación ha sido preponderante y, por tanto, algu-

1 Docente-investigadora de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez (UNESR), Venezuela. Becaria PNPD de CAPES, en el PPGCOM de la UFRR (Brasil), en el marco del Proyecto Amazonia Legal.

2 Docente-investigador del CEPAP-UNESR, Venezuela. Profesor Visitante en el Programa de Posgrado en Educación de la Universidad Federal de Roraima (UFRR), Brasil.

nos autores, desde una perspectiva determinista y de encantamiento tecnológico, definen este tiempo como de la *aldea global* y *era del conocimiento* (Macluhan, 1995; Tofler, 1980). Por otro lado, en el campo del pensamiento crítico, emergen categorías y conceptos tales como la *era mediática* (Canelas Rubim, 1995), el *príncipe electrónico* (Ianni, 2000), *comunicación-mundo* (Mattelart, 1996), y *la comunicación como conjunto de las prácticas sociales*, de Armand y Michèle Mattelart (1987), quienes, más allá del *mediacentrismo* descriptivo, reflexionan en profundidad sobre la complejidad del modelo civilizatorio del capitalismo globalizado, cuestionando sus implicaciones tecnopolíticas y sociotécnicas.

Para entender el proceso de configuración de la hegemonía del modelo del capital con sus enclaves en las dinámicas de la dimensión científica-técnica encontramos aportes fundamentales en la obra de Armand Mattelart (1987, 1996; 1997; 1998, 2001; 2002a y 2002b), quien elabora una minuciosa genealogía sobre la estructuración de las tecnologías de la comunicación, indaga y produce conocimientos en torno a esas prácticas sociales develando como ese proceso dice del desarrollo del sistema capitalista, específicamente de la configuración de sus expresiones global e imperialista.

En el marco del período de entreguerras mundiales, Armand Mattelart localiza la posición de los Estados Unidos en las dinámicas de construcción hegemónica en los escenarios geopolíticos. Al respecto puntualiza que

A finales de los años treinta, la contraofensiva cultural de la Casa Blanca es, pues, concomitante de una estrategia militar: se desarrolla en el marco de una teoría geopolítica que asienta el concepto de “defensa hemisférica”. En este sentido, este frente que los textos de los geopolíticos de la época denominan unas veces cultural y otras ideológico, y hasta político, aun cuando ninguno logre imponerse a los restantes, y que hasta ayer ocupaba un lugar secundario en la diplomacia internacional, adquiere sus títulos de nobleza en el tablero de las relaciones de fuerzas mundiales. El frente de la cultura, de la información y de la ideología empieza a participar

plenamente de las artes marciales y de las luchas por la conquista de una “posición hegemónica” (Mattelart, 1996, p.133).

Esa tradición de dominación de los centros de poder (gubernamentales y corporativos) nortños se refleja de forma significativa en la dimensión de la comunicación con el aprovechamiento de la producción científica y tecnológica. Durante décadas se ha tejido un entramado de intereses con presencia planetaria que, con sus conglomerados mediáticos, se despliega generando lucros en lo económico-financiero y en lo cultural-ideológico, para reafirmar y mantener un modelo civilizatorio que ha entrado en crisis permanente, que es ecológicamente insustentable, excluyente, violento, generador de desigualdades, pero que se continúa presentando como la única posibilidad de sociedad.

Acción hegemónica de las corporaciones

En este momento, los medios digitales forman parte de la vida cotidiana de gran parte de la población mundial. Estamos hablando de teléfonos “inteligentes”, con conexión a internet, laptops, tables, que nos vienen permitiendo nuevas formas de contacto, de negociación, intercambio cultural e incremento en la circulación de conocimiento colectivo. En el área de educación y formación, durante la pandemia y postpandemia, estas tecnologías fueron y siguen siendo protagonistas de las actividades, aunque se haya regresado a la presencialidad. Ellas también vienen permitiendo que grupos, colectivos, y movimientos sociales, en general, construyan diferentes formas de comunicarse, se dediquen al intercambio, y a la producción de contenido.

Con todas sus fortalezas y ventajas, es importante recordar que todos estos medios están inmersos en un contexto geopolítico socio-histórico, dentro de una estructura neoliberal, y que todos están en función de consolidarse como poder mediático, con objetivos concretos.

En esa realidad neoliberal se ha generado una tendencia a la concentración de propiedad de los medios, donde se establecen

regularizaciones y privatizaciones. Estos medios forman parte de grandes corporaciones, que son las que colocan su palabra en estos momentos a nivel mundial.

Estamos hablando de nuevas prácticas tecnoculturales en nuestro día a día, que llevan a nuevas formas de control social de esas grandes corporaciones, de esos medios y naturaliza los intereses y la visión de esos grupos dominantes como si fuera la visión de toda la sociedad, y un pensamiento único colocado a través de esos medios monopólicos y corporativos.

En este sentido, Denis Moraes (2013) indica que estas corporaciones se posicionan gracias a la potencia de sus canales y plataformas, que tienen la capacidad de interconectar en tiempo real y a alta velocidad a sociedades, economías y culturas:

La impresión es que solamente alcanzaremos sintonía con lo que pasa a nuestro alrededor si estamos dentro del radio de alcance de ese sistema audiovisual de amplio espectro. Como si pantallas, monitores y ambientes virtuales condensasen dentro de sí la vida social, las mentalidades, los procesos culturales, los circuitos informativos, las cadenas productivas, las transacciones financieras, el arte, las investigaciones científicas, los patrones de sociabilidad, los modismos y las acciones sociopolíticas. (Moraes, 2013, p. 19).

Agrega el investigador que “un poder desmaterializado, invasivo, libre de resistencias físicas y territoriales”, ya salió de los medios tradicionales y se infiltró en celulares, tablets, laptops y toda nuestra realidad “parece depender de lo que vemos, oímos y leemos”, a través de estos dispositivos digitales, en actualización constante (p. 20).

Para Moraes, este sistema mediático-corporativo presenta características particulares:

En primer lugar, evidencia capacidad de fijar sentidos e ideologías, formar opiniones y trazar líneas predominantes del imaginario social, Ejerce un poder incisivo, penetrante y permanente en prácticamente todas las ramas de la vida social, (...)

En segundo lugar, el sistema mediático se maneja con desenvoltura en la apropiación de diferentes léxicos para intentar colocar dentro de sí todos los léxicos, al servicio de sus objetivos particulares (...)

En tercer lugar, el sistema mediático infunde y celebra la vida para el mercado, la supremacía de las seducciones consumistas, el individualismo y la competencia; la existencia subordinada al mantra de la rentabilidad. (...)

En cuarto lugar, el discurso mediático está comprometido con el control selectivo de las informaciones, de la opinión y de las medidas de valor que circulan socialmente. Eso se manifiesta en las formas de interdicción, silenciamiento y estigmatización de ideas antagónicas, del mismo modo que en la descontextualización intencional de noticias (pp. 20-22).

Quiénes son estas corporaciones, que pertenecen a grandes holdings con variadas áreas de inversiones, que tienen bajo su dirección la mayor parte de la comunicación mundial. Para 2012. La Revista Fortune ya mencionaba siete megagrupos -Disney, News Corporation, Time Warner, CBS, Viacom, CC Media Holdings y Live Nation Entertainment (Morães, 2013, p. 25). Desde ese entonces, nuevas fusiones y privatizaciones indican que The Walt Disney Company, Comcast-Universal, AT&T -Warner Bros. Discovery; Viacom-CBS, juntamente con Sony y General Electric, controlan más de 90% de los medios mundiales.

Indica Jesús González, al reflexionar sobre la existencia y crecimiento de estas corporaciones, que ellas “poseen el poder de definir no solo los contenidos audiovisuales, radiales, escritos o del entretenimiento, sino que también controlan las redes de distribución (televisión, internet, cine, cable...)” (2020, p. 39).

En constante movimiento, con fusiones y ventas, González habla de cinco grandes empresas de la comunicación en el mundo para 2016, destacando *The Walt Disney*, *Time Warner*, *News Corp*, *Viacom-cbs* y *Vivendi-nbs Universal*, que juntas “llegaban a controlar hasta 1.500 periódicos, 1.100 revistas, 2.400 editoriales, 9.000 radios y 1.500 cadenas de televisión” (p. 40). Nuevas fusiones han sucedido desde entonces y podemos destacar la compra de HBO y Discovery,

por parte de Warner, para pasar a Warner Bros. Discovery, propiedad del holding de AT&T.

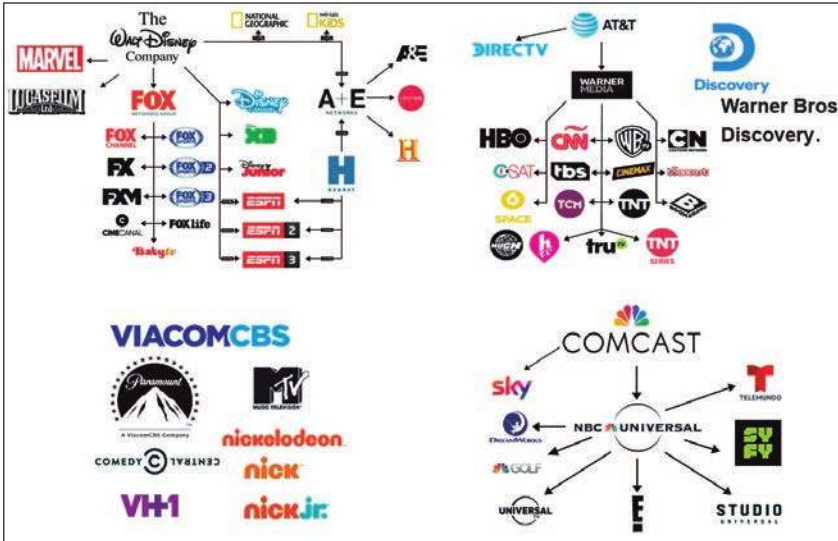


Imagen 1: principales corporaciones. (Producción propia).

Junto a estas corporaciones podemos destacar el crecimiento de las empresas de streaming o venta de películas y series a la carta, donde destacan Nétflix, Amazon y Disney plus. También el inmenso crecimiento de las llamadas redes sociales, con Facebook, Instagram, whatsapp, todas del grupo Mega, a la cabeza. Según el DIGITAL 2023: GLOBAL OVERVIEW REPORT³, para principios de 2023, Facebook registró 2.958 millones de usuarios, WhatsApp 2.000 millones, Instagram 2.000 millones, seguidos por Messenger con 931 millones de usuarios. Instagram presenta el mayor ascenso con 522 millones de usuarios, un 35,3% más que en 2022. (Ver figura 2). El informe resalta la existencia de 5.158 millones de usuarios de internet.

3 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

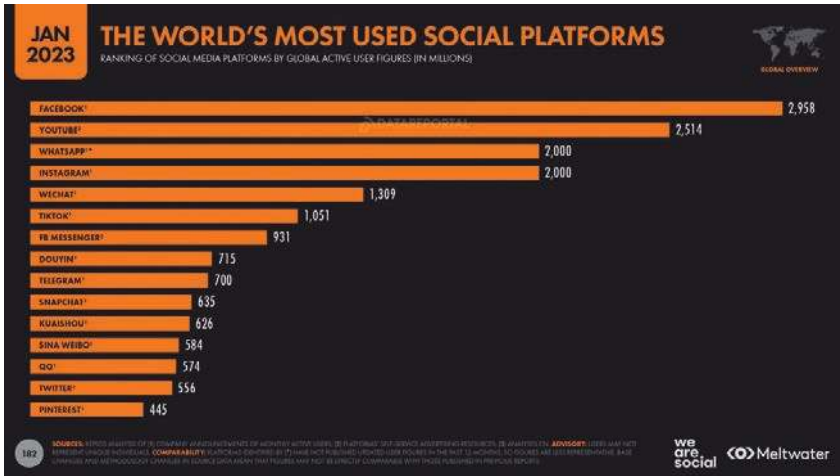


Imagen 2: Cantidad de usuarios de redes sociales en enero de 2023.
 Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-over-view-report>

Otro destaque en este mundo mediático es el llamado crecimiento de *El club de las cinco: Google, Microsoft, Facebook, Apple y Amazon*⁴. Según Natalia Zuazo (2018), el 50% de la población mundial utiliza los servicios de alguna de las 5 empresas, cuyo capital es mayor que muchos países del mundo:

Google lidera las búsquedas, la publicidad y el aprendizaje automatizado. Facebook controla gran parte del mercado de las noticias y la información. Amazon, el comercio en gran parte de Occidente, y está avanzando en producir y distribuir también sus propios productos. Uber no sólo quiere intermediar y ganar dinero con cada viaje posible, sino que también busca convertirse en la empresa que transporte los bienes del futuro, incluso sin necesidad de conductores, a través de vehículos autónomos. De la tecnología al resto de nuestras vidas, estas empresas están comenzando a conquistar otras grandes industrias, como el transporte, el entretenimiento, las ventas minoristas a gran escala, la salud y las finanzas. (2018, s/p)

4 <https://www.eldiplo.org/notas-web/los-duenos-de-internet/>

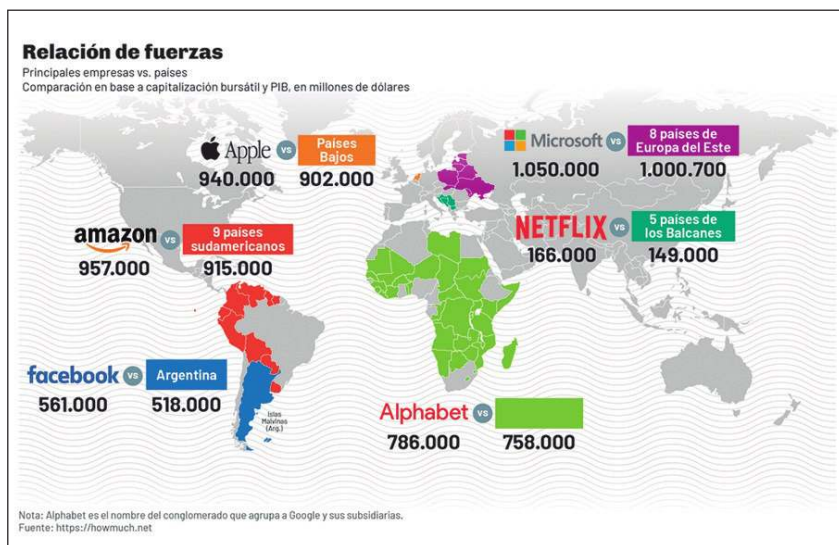


Imagen 3: El llamado club de las cinco: Google, Microsoft, Facebook, Apple y Amazon. Fuente: <https://www.eldiplo.org/wp-content/uploads/2020/08/pdf-atlas-zuazo-f.pdf>

El mercado editorial también muestra esta tendencia a la concentración, y las grandes editoras han ido comprando y apropiándose de las empresas regionales, colocando el libro como mercancía y el best-seller como prioridad. Es así que Berstelsmann. Penguin Random House, de capital mixto Alemania-Reino Unido-Estados Unidos, es dueña de más de 250 sellos y marcas en los cinco continentes. Entre las conocidas Sudamérica, A Companhia das Letras, Prisa. Caso parecido encontramos con Thomson Reuters, de capital mixto Canadá-Reino Unido.

América Latina no escapa de esta realidad de concentración mediática, con conglomerados en manos de grupos familiares que mantienen estrecha relación financiera y comercial con las corporaciones internacionales. Entre ellos se destacan cuatro por

su importancia regional: El Grupo Globo, de Brasil, el Grupo Clarín, de Argentina, Televisa, de México y Grupo Cisneros, de Venezuela, el cual actualmente funciona en Estados Unidos. Estas dos últimas en alianza con Univisión, la red de televisión de lengua española líder en Estados Unidos. Estas cuatro corporaciones, junto con el Mercurio de Chile, son dueños o socios de los principales medios regionales y distribuidoras de servicios de streaming e internet.

Contrahegemonía y experiencias de educomunicación

En el territorio de la Abya Yala, podemos identificar -en los últimos 20 años- un significativo flujo de cambios y reordenamientos sociopolíticos que afectan una hegemonía construida, en más de una centuria, por parte de los gobiernos y las corporaciones mercantiles de los Estados Unidos, reflejada en injerencia, influencia y dominación continental.

En la década que antecedió al nuevo milenio ya se mostraron señales de ruptura con la acción político-económica envolvente de corte neoliberal, que fue desplegada en varios países y anunciada como parte de un inevitable proceso de globalización capitalista. En el seno de esas tensiones cabe destacar la emergencia de sujetos sociales que con sus dinámicas de luchas han generado cambios en la correlación de fuerzas entre el modelo hegemónico del capitalismo globalitario y los proyectos sociopolíticos alternativos. En ese contexto, cabe destacar los movimientos sociales que, con sus prácticas contestatarias, políticas, socio-culturales, han ido tejiendo referentes de vida, de educación, de comunicación, entre otros, que podemos definir como alternativos a lo hegemónico, a lo predominante-capitalista, que nos coloca en un contexto de colonialidad favorable a los centros de poder a escala planetaria, que imponen su pensamiento único, su verdad universal, como el único modo de entender la vida y de vivir.

Se trata de un orden que se configura en las dinámicas de poder que atraviesan múltiples dimensiones de la vida, tal como lo reflexiona Valdez (2013):

El espiral de dominación trae consigo formas de constitución social de los saberes, del lenguaje y del imaginario colectivo, que desembocan en el supuesto de una forma universal de concebir la realidad. De esta forma, las personas sometidas tienden a justificar ese sometimiento como parte del orden natural de las cosas, y a moverse exclusivamente dentro de este. De este modo, el modelo que marcó las configuraciones sociales en el siglo XX fue la llamada modernidad. Esta es una vía de polarización en el mundo, que tiende a formar enclaves de prosperidad a expensas de amplios cinturones de miseria (p.18).

En la dimensión contrahegemónica localizamos la praxis educocomunicativa de emancipación impulsada por los movimientos sociales en todo el territorio latinoamericano, lo cual constituye una de sus tradiciones más sólidas y se refleja en la creación intelectual de pensadoras y pensadores como Paulo Freire, Mario Kaplún, Lola Cendales, Alfonso Torres, Francisco Gutiérrez, Daniel Prieto, entre otras y otros, inclusive visualizamos en la obra de Simón Rodríguez del siglo XIX, por su extraordinaria vigencia histórica, un referente fundamental para esa corriente de acción y pensamiento. Entendemos la educomunicación como una práctica social y como un campo de conocimiento desarrollado fundamentalmente en América Latina. Allí se destacan los sujetos colectivos que se han apropiado de las tecnologías comunicativas para colocar su palabra propia, para producir acciones políticas que están atravesadas por acciones educativas y viceversa, porque no hay acción comunicativa que no tenga una incidencia formativa y no hay experiencia educativa que no sea configurada por la comunicación. En ese sentido, destacamos que Kaplún (1987) entiende que la comunicación para el movimiento popular no es un fin en sí mismo, sino que juega un papel fundamental como instrumento de organización y educación populares. Por su parte, Néstor García Canclini afirma que los estudios populares de comunicación son un aporte importante a

los estudios generales de comunicación, ya que es una forma nueva o popular de pensar, vinculando comunicación y cultura. Resalta que la comunicación en el contexto de las organizaciones y movimientos sociales vinculados a las clases subalternas es una “comunicación ligada a la lucha del pueblo por mejores condiciones de existencia y para su emancipación, a través de movimientos populares organizados” (Cancini, 1987, p. 21).

En el contexto histórico, se destaca la experiencia pionera de las radios mineras en Bolivia, las escuelas radiofónicas campesinas en Colombia, así como también otros procesos de educación y comunicación populares que fueron fundamentales en las luchas por los derechos socioeconómicos y políticos de los movimientos sociales como sujetos colectivos y, al mismo tiempo, se constituyeron en dinámicas de una praxis transformadora que apuntaló la consolidación de un pensamiento latinoamericano crítico con la obra de Paulo Freire y Mario Kaplún, entre otros y otras. En ese contexto, visualizamos la perspectiva educomunicativa gestándose como práctica y como teoría. Se trata de la acción y pensamiento de hombres y mujeres que asumen la militancia social y política en la intersección de los campos de la educación y la comunicación. Esto lo podemos ver ya en el agitado Chile de finales de los años 60 y comienzo de los años 70, del siglo XX, que es territorio donde se desplegaba el proyecto de la *Vía Chilena al Socialismo*, que con el triunfo electoral de la Unidad Popular llevó a Salvador Allende a la presidencia del país, en donde se mantuvo durante mil días hasta el golpe militar del 11 de septiembre de 1973. Allí encontramos, entre otras y otros, a Michèlle y Armand Mattelart que con sus vivencias y lecturas críticas del proceso van dejando sus marcas textuales para reflexionar sobre la comunicación con sus implicaciones políticas y culturales en la configuración de una sociedad que se gesta en las tensiones de luchas por el poder, en las dinámicas hegemónicas y contrahegemónicas. Es un tiempo de militancia y producción intelectual. El *método psicossocial de aprendizaje* que Paulo Freire había desarrollado en el nordeste brasileño, para la alfabetización de pobladores rurales, fue clave para

el despliegue de experiencias educativas en zonas urbanas y en el campo, así como también para la elaboración de políticas públicas educacionales durante el gobierno de la Unidad Popular. Es el tiempo de las primeras ediciones de *La Pedagogía del Oprimido* (Montevideo: Tierra Nueva, 1970) y de otros textos en formatos de folletos salen desde Chile a recorrer el territorio latinoamericano, fortaleciendo y propiciando otras experiencias de Educación Popular en varios países.

Desde entonces el campo de la educomunicación y las prácticas educomunicativas se fueron consolidando en espacios de construcción colectiva como Dimensión Educativa en Colombia, ALFORJA en Centroamérica y Centros de Educación Popular (CEP) en Venezuela. Cabe destacar experiencias innovadoras en la dimensión universitaria como el Centro de Experimentación para el Aprendizaje Permanente (CEPAP) de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez de Venezuela y la Licenciatura en Educomunicación de la Universidad de São Paulo, en Brasil. En estos espacios se propician lecturas transdisciplinarias que atraviesan los campos de la historia, la geografía, la sociología, la política y la filosofía para producir una crítica fuerte a la instrumentalización de la comunicación, a cierto pragmatismo que ve el uso de los medios y los propios medios como objetos de la seducción hegemónica, para develar una constitución epistémica que responde a un modelo de dominación que contribuye a fortalecer el establecimiento del modelo del capital en sus expresiones imperialista y globalitaria. En la problematización profunda de la hegemonía se visualizan las posibilidades de la contrahegemonía como un proceso que pueda contribuir en las configuraciones societales otras, en las cuales las y los sujetos emancipados, a través de las apropiaciones tecnológicas y con usos distintos de los medios, puedan construir narrativas con otras lógicas, con otros sentidos. En definitiva, podemos afirmar que son espacios del hacer y de pensar la educomunicación.

En la última década del siglo XX e inicio de los años 2000, la democratización del aire fue una realidad construida por los movimientos sociales que se apropiaron de la tecnología radiofónica. En varios

países del territorio latinoamericano las ondas hertzianas viajaron llevando las voces de los colectivos populares, diciendo la palabra liberadora de los pueblos en formato de radio. Las experiencias de radios comunitarias y alternativas impulsaron significativos movimientos por la democratización de la comunicación como en Brasil, que para el año 1997 contaba con unas 5 mil emisoras de radio articuladas en dos grandes movimientos⁵ que se movilizaron por el extenso país en defensa del derecho a la comunicación. En otros países se retoman las tradiciones educomunicativas como las contenidas en los aportes de Mario Kaplún, en articulaciones como ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), AMARC (Asociación Mundial de Comunicación Alternativa y Comunitaria) y Radioapasionados⁶. En Venezuela se redimensionan las experiencias de radios populares (Radio Fe y Alegría 1.390 AM y emisoras locales con altoparlantes, como Radio San Isidro en Petare y Radio Las Margaritas en La Vega), que tuvieron lugar en la década de los años 80, para desplegar ya en el siglo XXI, como en una onda expansiva, centenas de emisoras de radio FM por todo el país. En ese contexto, se destacó el trabajo realizado por la Radio Alternativa de Caracas (RAC), no solo como una experiencia de comunicación alternativa y comunitaria, sino como una escuela de formación radiofónica. De la mano de las experiencias radiofónicas se inicia con fuerza la actividad de algunas Televisoras como CatiaTV, TV Caricuao y TV Huaira, entre otras.

En la contrahegemonía cultivada por los movimientos sociales es necesario señalar la intensa actividad que, en el campo de la comunicación impresa, gráfica, y visual, se desplegó a lo largo y ancho del territorio nuestroamericano. No solo la significativa producción de

5 ABR AÇO (Asociación Brasileña de Radios Comunitarias) y ANCARC (Asociación Nacional de Comunicación Alternativa y Radios Católicas), está última inspirada por la teología de la liberación, ambas formaron el Foro por la Democratización de la Comunicación que impulsó el proyecto de ley para la comunicación comunitaria,

6 El libro "Las mil y una historia de Radio Venceremos" de José Ignacio López Vigil, publicado por Radioapasionados, que narra la historia de una emisora del FMLN en la guerra revolucionaria de El Salvador, durante la década de los años 80, es un texto inspirador y formador para los colectivos de las radios comunitarias y alternativas del continente.

periódicos, revistas y murales, sino también una actividad editorial que ha sido fundamental para la circulación de la producción intelectual de hombres y mujeres que forman parte de diversas corrientes del pensamiento crítico.

En el caso de Venezuela, y pensando en un Estado editor, podemos mencionar el caso de la *Fundación El Perro y la Rana*, adscrita al Ministerio de la Cultura, como un claro ejemplo de política editorial que visa democratizar el acceso al libro, y que se suma a las conocidas editoras venezolanas Monte Ávila Editora (1968) y La Biblioteca Ayacucho (1974).

El Perro y la Rana, nace en el 2006 “con el propósito de brindar un espacio editorial inclusivo que democratice el acceso tanto a la edición de libros como a la lectura libre y solidaria”, tal como lo expresa en su página web. También se destaca su idea de bibliodiversidad, al referirse a la profundización del tema de identidad venezolana y latinoamericana. En ese sentido, la editora posibilita que autores desconocidos puedan publicar sus creaciones y garantiza que las mismas lleguen a un público más amplio, a precios accesibles, subsidiados por el Estado.

Hasta ahora ha publicado más de 4.500 títulos de diversos géneros, que incluyen desde la colección de clásicos, narrativas, antologías, biografías, hasta títulos de pedagogía, crónica y teatro. Destaca su línea editorial infanto-juvenil, y en especial La Biblioteca Más Liviana del Mundo, un espacio digital donde los lectores pueden descargar gratuitamente gran parte de su catálogo. Anualmente participa en la Feria Internacional del Libro de Caracas (FILVEN), donde en el año 2019 colocó más de 400 títulos para descarga gratuita. También participa en la coedición de la Colección Bicentenario, libros gratuitos que son distribuidos en las escuelas públicas del país.

En el caso de Brasil, tal como pasó en otros mercados como el argentino, conglomerados como el Penguin Random House entró en el mercado y se asoció mayoritariamente a editoras tradicionales como *A companhia das Letras*. A partir de los años 90, llama la atención la multiplicación y fortalecimiento de pequeñas y medianas editoras independientes. Muchas de ellas con compromiso social, con vínculos a

tejidos sociales, organizan Ferias de libros independientes, *La primavera del libro*, y se asumen como alternativas y vinculadas a sus grupos u organismos fundadores, que tienen objetivos diferentes a las empresas editoras tradicionales. Entre ellas encontramos a Alameda, Elefante, Autonomía Literaria, *Lutas anticapital*, *Boitempo* y *Expressão Popular*, por mencionar algunas de las más conocidas.

Destaca la experiencia de la Editora *Expressão Popular*, con 23 años al servicio de la formación de los movimientos sociales y del derecho a la lectura. Nace en 1999 bajo una inquietud: producir libros de gran calidad a precios accesibles, destinados a la formación cultural, científica y política del pueblo brasileño, comprometida con la construcción de un mundo más justo. Su respuesta estaba en la solidaridad de sujetos, de movimientos sociales y universidades. Entre los principales promotores estaban el Movimiento de Trabajadores Rurales sin Tierra, MST, las pastorales cristianas. También participaron intelectuales de izquierda, que asesoraban a los movimientos populares. Hoy la editora cuenta con un acervo de más de 600 libros, distribución nacional, una librería física en São Paulo, además de venta virtual, y el compromiso de seguir en la producción de libros que apoyen la formación de su público albo: militantes de movimientos y organizaciones populares.

Desafíos educomunicativos para la emancipación (Consideraciones finales)

En tiempos de transmediatización se redimensiona la importancia de la educomunicación como práctica social y como campo de conocimiento. Se trata de una dimensión que abarca la acción y pensamiento de sujetos colectivos que sensibilizados con las posibilidades que tenemos hoy de leer críticamente los discursos transmediáticos, colocan en esas cajas de resonancia, que posibilitan las tecnologías digitales, las palabras que los libera, que dicen de sus luchas y utopías en las rutas de la emancipación.

El gran reto de los movimientos populares que se apropian de las tecnologías comunicativas es buscar y crear los espacios necesarios para la profundización de una democracia sustancial a través de una ciudadanía activa. En la perspectiva de Gramsci (1978), la construcción de una hegemonía, expresada en la dirección política y cultural, sucede en la sociedad civil como componente fundamental del bloque histórico. En la elaboración gramsciana, el término hegemonía ocupa un lugar central en la concepción de la sociedad y de la lucha política. En la obra del autor italiano el término tiene dos significados: uno restringido, de orientación política, y otra dirección cultural más amplia. En las páginas programáticas dedicadas al Príncipe moderno (publicado al comienzo de *Apuntes sobre Maquiavelo*), Gramsci propone dos temas fundamentales para el estudio del partido moderno, a saber, la formación de la “voluntad colectiva” (que es el tema de la dirección política) y el de la “reforma intelectual y moral” (que es el tema de la dirección cultural). En ese sentido, las dinámicas comunicativas desplegadas por los sujetos colectivos pueden fortalecer un espacio público que también se construye en la virtualidad de los medios de comunicación, con los sentidos de una educación transformadora que apunte una ciudadanía activa y protagónica para la emancipación.

Destacamos que trabajar la problemática de la educomunicación como dimensión de investigación, formación y generación de conocimientos nos coloca en sintonía con el pensamiento fundador de Simón Rodríguez, en cuya obra aparece con fuerza la crítica a una educación memorística e instrumental y la defensa sustentada del cultivo de un pensamiento y acción emancipadora de los sujetos sociales ante el colonialismo español. Cuando el Maestro Rodríguez se refiere al acto de la lectura afirma que hay que *leer con sentido*, que las lecturas de las situaciones sociales se vinculan a la lectura del texto escrito (tecnología comunicacional preponderante en el siglo XIX), y, en ese sentido, afirmaba que :

leer es resucitar ideas sepultadas en el papel; cada palabra es un epitafio: llamarlas a la vida es una especie de milagro, y para hacerlo es menester

conocer los espíritus de las difuntas o tener espíritus equivalentes para subrogarlas; un cuerpo con el alma de otro, sería un disfraz de carnaval; y el cuerpo sin alma, sería un cadáver (RODRIGUEZ, 2007, p122).

Asimismo, se nos plantea el desafío de desarrollar estrategias formativas orientadas a la visibilización de las racionalidades presentes en los discursos mediáticos, a través de procesos de alfabetizaciones mediáticas, para contribuir a la emergencia de racionalidades y sensibilidades comunicativas que fortalezcan los procesos educativos libertarios y liberadores. Se trata de procesos de formación educomunicativos que se sustentan en una racionalidad posicionada en la perspectiva de sujetos y sujetas interactuantes en contextos de dialogicidad, donde se le otorga sentido a las experiencias individuales, colectivas, sociales y culturales como proceso de significación para la construcción y comprensión de los múltiples y diversos aprendizajes que atravesamos y nos configuran.

Referencias bibliográficas

- Canclini, Néstor García (1987). *¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?* In: *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. Gili, México.
- González Pazos, Jesús (2020). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Barcelona: Icaria Editorial; San Cristóbal de las Casas-Chiapas: Cooperativa Editorial Retos; Bilbao - Bizkaia: Mugarik Gabe.
- Digital 2023 Global Overview Report* – producido en parceria con Meltwater and We Are Social. Disponible en: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Gramsci, Antônio (1978). *Obras escolhidas*, trad. Manuel Cruz. São Paulo, Martins Fontes.
- Ianni, Octavio (2000). *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Martín-Barbero, Jesús (1998). *De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos* En: Laverde Toscano, María C. y Reguillo, Rossana (orgs.) *Mapas nocturnos: Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Siglo del Hombre Editores. Universidad Central. Bogotá.

- Mattelart, Armand (1996). *La comunicación-mundo*. Historia de las ideas y de las estrategias. Ciudad de México, México: Ediciones Siglo XXI.
- _____ (1998). *La Mundialización de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- _____ (2001). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona, España: Paidós.
- _____ (2002b). *História da utopia planetária*. Da cidade profética a sociedade global. Porto Alegre, Brasil: Sulina
- _____ (2002a). *Geopolítica de la Cultura*. Bogotá, Colombia: Ediciones desde abajo.
- _____ (2009). *Un mundo vigilado*. Barcelona, España: Paidós.
- Mattelart, A. y Mattelart M. (1997). *Historia de las teorías de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- _____ (1987). *Pensar sobre los medios: comunicación y crítica social*. Madrid: Fundesco.
- Mc Luhan, Marshall; POWERS, Bruce R (1995). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Moraes, Dênis (2013). Sistema mediático y poder. En: Moraes, Dênis; Ramonet, Ignacio; y Serrano Pascual. *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Editorial Biblos. Buenos Aires.
- Rubim, Antônio Albino Canelas (1995). *Idade Mídia*. Salvador: UFBA.
- Rodríguez, Simón: (2007) *Extracto sucinto de mi obra sobre la educación republicana en: Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, No.9, Tunja, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, RUDECOLOMBIA, pp. 105 - 134
- Tofler, Alvin (1980). *La tercera ola*. Bogotá: Plaza Editores.
- Valdez, Julio (2013). *Movimientos sociales en Venezuela: una propuesta transformadora*. Caracas. El Perro y La Rana.
- Zuazo, Natalia (2018). *Los dueños de Internet*. Le Monde diplomatique, edición Cono Sur, Buenos Aires junio 2018. Disponible en: <https://www.eldiplo.org/wp-content/uploads/2020/08/pdf-atlas-zuazo-f.pdf>