



Comunicación popular y alternativa, capitalismo digital y posverdad¹

Popular and alternative communication, digital capitalism and post-truth

Recibido
13 | 12 | 2022

Aceptado
04 | 07 | 2023

Publicado
30 | 09 | 2023

Felipe Navarro Nicoletti | fnavarro.nicoletti@gmail.com

Instituto de investigaciones en diversidad cultural y procesos de cambio (IIDyPCa) -
Universidad Nacional de Río Negro; Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y
Técnicas. Argentina

RESUMEN

El contexto actual de capitalismo digital nos lleva al análisis de numerosos espacios que habitamos, así como tradiciones y recorridos conceptuales desde los inicios de las nuevas democracias latinoamericanas en la década de 1980 y sus proyecciones posteriores; como por ejemplo desde la concepción de posverdad, que, desde un espacio discursivo nos permite comprender la configuración popular en el contexto actual. Aquí, entendemos a la comunicación popular y alternativa, que históricamente se compuso para la comprensión, profundización y visibilización de sectores relegados de la sociedad civil, como corrientes que también se reinventan y buscan adaptarse a este nuevo contexto. A partir de autores y autoras principalmente latinoamericanos (Alfaro Moreno, 2000; Díaz Bordenave, 1981, 1989; Dussel, 1985; García Canclini, 1983, 1989; Mata, 2006; Pasquali, 1996), tenemos como objetivo, no solamente exponer el contexto de América Latina desde el capitalismo digital con su variante de la posverdad, sino también situarnos en un espacio popular y alternativo que históricamente buscó empoderar a estos sectores relegados no desde la comparación, sino desde la positividad de sus propios discursos y prácticas locales. Si bien la perspectiva popular y alternativa se encuentran coartadas por una estructura hegemónica, podemos ver que no impide el desarrollo de alternativas comunicacionales que buscamos mostrar. Nos referimos con alternativas comunicacionales a determinadas experiencias que posean estrategias para un cambio social estructural y/o que no se encuentren encuadradas en estructuras de poder transnacionales (Simpson Grimberg, 1986).

Palabras clave: Comunicación popular; Capitalismo digital; Posverdad; Investigación latinoamericana.

ABSTRACT

The current context of digital capitalism leads us to the analysis of numerous spaces we inhabit, as well as traditions and conceptual journeys from the beginnings of the new Latin American democracies in the 1980s and their later projections; as for example from the conception of posttruth, which, from a discursive space allows us to understand the popular configuration in the current context. Here, we understand popular and alternative communication, which was historically composed for the understanding, deepening and visibility of marginalized sectors of civil society, as currents that are also reinvented and seek to adapt to this new context. From mainly Latin American authors (Alfaro Moreno, 2000; Díaz Bordenave, 1981, 1989; Dussel, 1985; García Canclini, 1983, 1989;

¹ Trabajo realizado bajo el proyecto de investigación de la AEI (Agencia Estatal de Investigación de España) “Comunicación Solidaria Digital. Análisis de los imaginarios, los discursos y las prácticas comunicativas de las ONGD en el horizonte de la Agenda 2030” (2020-2023). PID2019-106632GB-I00 / AEI / 10.13039/501100011033. IP: Víctor Manuel Mari Sáez. Universidad de Cádiz.



Graziano, 1980; Kaplún, 2002; Mata, 2006; Pasquali, 1996), we aim not only to expose the context of Latin America from digital capitalism with its variant of post-truth, but also to situate ourselves in a popular and alternative space that historically sought to empower these marginalized sectors not from comparison, but from the positivity of their own discourses and local practices. Although the popular and alternative perspective are constrained by a hegemonic structure, we can see that it does not prevent the development of communication alternatives that we seek to show. We refer with communicational alternatives to certain experiences that have strategies for structural social change and/or that are not framed in transnational power structures (Simpson Grimberg, 1986).

Key words: Popular communication; Digital capitalism; Post-truth; Latin American research.

INTRODUCCIÓN

En el contexto de globalización actual, donde predomina el capitalismo, su variante digital y el régimen de posverdad, intervienen múltiples actores, así como modos de ejercer la comunicación. Aquí nos posicionaremos, específicamente, desde la comunicación popular y alternativa haciendo foco en las tensiones de diversos sectores excluidos de la sociedad que dinamizan, a su vez, espacios de apropiación, diálogo y desarrollo social y cultural. Si bien entendemos que las dinámicas popular y alternativa se encuentran también globalizadas, resulta relevante la perspectiva y proyección desde investigaciones latinoamericanas que posibilitan vislumbrar las diversas apropiaciones sociales, culturales y comunicacionales desde lo popular. A su vez para comprender otras realidades y configurar un conocimiento que permita incidir en la realidad para transformarla.

El siguiente texto tiene como objetivo exponer la tensión existente entre el contexto de globalización y las propuestas comunicacionales desde lo popular y alternativo. Este análisis se realizará desde autores/as latinoamericanos/as tradicionales (Freire, Díaz Bordenave, Martín Barbero, Dussel) y más contemporáneos (Mata, García Canclini, Graziano) para entender el contexto, pudiendo leer desde la actualidad los aportes significativos de décadas pasadas. Buscamos, así, vincular las perspectivas populares de comunicación con el proceso tecnológico del capitalismo digital y el régimen discursivo de posverdad. De este modo poder ver cómo en dicho escenario planteado se pueden actualizar y se manifiestan otras formas y debates sobre la comunicación popular y alternativa, de manera que se logren exponer los procesos de apropiación que hay de lo popular en diversas oportunidades comunicacionales y políticas. A su vez, buscamos evitar idealizaciones de *lo popular* ya que, como observaremos, sus expresiones tienen correlación con las dinámicas masivas de estructuras globalizadas.

Resulta pertinente aclarar que retomar trabajos de autores como Freire, Martín Barbero o Díaz Bordenave, entre otros ya mencionados, remite a rescatar un debate histórico que ubica a las perspectivas populares en el desarrollo latinoamericano más allá de sus tensiones con estructuras de poder. Pasando por otros intelectuales contemporáneos como Mattelart, Mata, Simpson Grinberg o Segura (entre otros/as), que nos facilitan un acercamiento a reflexiones actuales de los sectores populares en interacción con realidades históricas de desigualdad a la vez que cuestionan el ida y vuelta con lo masivo y el sistema capitalista global. Este cruce nos posibilita profundizar acerca



de lo popular y alternativo en una sociedad globalizada, a la vez de pensar en diversos modos de ejercer la comunicación.

En este sentido, entendemos que las alternativas comunicacionales de los sectores populares nos permiten retomar los interrogantes que atraviesan nuestro trabajo. No sólo la pregunta de cómo comunicar (comunicación participativa, popular, alternativa), sino también “para qué comunicar y qué comunicar” en este contexto específico (Díaz Bordenave, 1981: 18). Es decir, que si bien es pertinente y necesario exponer los modos en los que se comunica y el contexto que muchas veces posibilita (o no) una comunicación democrática plena, también es clave focalizar nuestro análisis en los contenidos que se comunican, quienes lo hacen, y como se apoyan en el régimen de posverdad en vínculo con el populismo. Nos posicionamos en la producción de vínculos y sentidos (Kaplún, 2013) desde una comunicación popular y alternativa que invite a reflexionar otro modo de observar un escenario capitalista y digital que se muestra como si se encontrara disponible solo para unos pocos, pero que existen otros modos de empoderamiento. A su vez, entendemos que para escapar de la vorágine de la producción de discursos de posverdad, es necesario volver a las bases. Es decir, a las comunidades y sus producciones mediáticas, sociales y culturales, o a los sectores populares y sus estrategias alternativas de comunicación frente a estas estructuras hegemónicas mencionadas.

Bajo una metodología cualitativa y exploratoria, ahondaremos concepciones principalmente latinoamericanas y otras anglosajonas relacionadas con el contexto capitalista digital; buscando ver, también sus actualizaciones en sentido conceptual y a casos de estudio que se abordan. Encontramos en autores/as como Alfaro Moreno (2000); Díaz Bordenave (1981, 1989, 2012); Dubravcic Alaiza (2002); Dussel (1985); García Canclini (1983, 1989); Gabriel Kaplún (2013); León (2013); Martín Barbero (1987); Mata (2006); Pasquali (1996); Saintout (2003); Simpson Grinberg (1986), una comunicación popular y alternativa que forma parte tanto del debate político como del comunicacional latinoamericano. La perspectiva comunicacional popular y alternativa latinoamericana nos posibilita comprender un diálogo con lo masivo a la vez que se identifican prácticas² alternativas e históricas de los sectores populares en búsqueda de un nivel de reivindicación y empoderamiento, como puede reflejarse en los medios de comunicación comunitarios o en expresiones culturales de dichos espacios populares. Sobre ese tema Martín Barbero expone *lo popular* desde el contexto de industrialización capitalista y la

² Segura define a las prácticas (en la línea que se viene hablando) como “acciones estratégicas porque están orientadas a la relación con otros y se desarrollan con la intencionalidad (no necesariamente consciente) de influir sobre otros agentes sociales” (Segura, 2018: 33).



homogenización de la sociedad que la misma genera. Así como también retoma el acrecentamiento de las clases populares en vínculo con “fuerzas de negación del modo de producción capitalista” (Martín Barbero, 1987: 171). De esta manera, podemos analizar que, por más que el contexto capitalista global donde nos encontramos insertos se posiciona desde la masividad, los procesos de comunicación popular y alternativa continúan siendo relevantes y necesarios para el desarrollo de comunidades locales, ya sea en los procesos de participación, en la generación de contenido y en el vínculo entre ciudadanos.

Comunicación popular y alternativa: perspectivas latinoamericanas y contexto político-económico-mediático

A partir de las premisas enunciadas anteriormente, nos planteamos rescatar a una serie de autores/as clave que nos facilitan una perspectiva latinoamericana en un escenario donde el capitalismo digital global a la vez que abre el abanico de oportunidades, relega dinámicas alternativas de la comunicación a estructuras masivas y hegemónicas, en su mayoría expresadas por sectores populares de la sociedad.

Para analizar y centrarnos en la comunicación popular y alternativa, debemos partir de un escenario de disputas, tensiones y cambios (García Canclini, 1983). Esta trama es la que se puede dilucidar desde un proceso histórico y social en el que, tal como menciona Dubravcic Alaiza (2002), *lo popular* se encuentra como una subcultura inferior producto de una configuración hegemónica sustentada en el trabajo de los medios de comunicación en tanto aparato ideológico del Estado (Navarro Nicoletti y Rodríguez Marino, 2018)³. Es decir, históricamente podemos encontrar una desigualdad teórica y práctica que en muchos casos se ha ido consolidando, pero que, a su vez, se han ido encontrando rendijas por las cuales se pueden observar prácticas de los sectores populares que destraban estos puntos de inequidad, y lo mismo a la inversa. Por ejemplo, Mata (1988) reflexiona acerca de la importancia de identificar a *lo popular* desde lo masivo y las prácticas sociales y cotidianas generadas desde los propios medios de comunicación. Una referencia obligada para esto último es la concepción de Jesús Martín Barbero (1987) en donde identificar lo popular en lo masivo viene desde un sentido opositor a diversos modos de dominación de lo hegemónico. No sólo como resistencia, sino también como expectativa de liberación. En la misma línea, Freire (2016) menciona tanto la necesidad de buscar lo popular en lo masivo, como que la decodificación de los medios de comunicación debe ser parte de la lucha por

³ Por ejemplo, la autora Dubravcic Alaiza (2002) rescata la obra de Bajtín que realiza de la cultura popular excluida, pero intentando de rescatar la misma a partir de huellas que lo popular se gesta desde lo masivo.



la concientización de los códigos dominantes que afectan a la vida cotidiana (Navarro Nicoletti y Rodríguez Marino, 2018). Para Freire, poder identificar estos códigos posibilita una lucha revolucionaria de producción popular orientada a reivindicar la comunicación alternativa.

Lo popular (en un sentido general y, al tiempo, desde un punto de vista comunicativo) se manifiesta en disputas políticas que establecen diferentes sectores con la búsqueda de un mejor desarrollo. En las concepciones latinoamericanas de la comunicación popular encontramos diversos procesos comunicacionales de los sectores populares en oposición a dinámicas hegemónicas a la vez que se buscan espacios de reivindicación y liberación. Es así como los intersticios que dejan las estructuras dominantes se encuentran marcados por la disputa ideológica (Freire, 2016) y prácticas populares reivindicativas de derechos desde donde nos posicionamos en este artículo. En esta línea, para autoras como Saintout (2003), la comunicación popular sirve como mediadora de proyectos sociales que muchas comunidades han logrado problematizar para apropiarse de sus realidades bajo desarrollos ciudadanos (Mata, 2006). Por ejemplo, la presencia de ciertas radios comunitarias en territorios locales (como puede ser un barrio) en vínculo⁴ con otras instituciones de la sociedad civil (centros de salud, centros culturales, escuelas, etc.), puede generar procesos de identidad, apropiación del entorno y solución de problemáticas locales que no son atendidas por el Estado o la institución que corresponda legalmente (Navarro Nicoletti, 2020). De esta perspectiva nos interesa rescatar el sentido de las prácticas que empoderan a sectores populares en base a sus propias lógicas de acción ciudadana. Es decir, que más allá de coexistir con dinámicas masivas en un entorno de capitalismo digital que alienta a dichos procesos, la comunicación popular y alternativa llevada a la práctica en diversos espacios de la sociedad civil, colaboran en el desarrollo local.

Si bien consideramos que la cuestión mediática es la más evidente en el ámbito social por su masividad y alcance (más aún en la era digital), no es el único espacio de disputas políticas y comunicacionales. En esta línea, consideramos que las prácticas de reivindicación comunicacional de los sectores populares, se encuentran reflejadas mayormente en la disputa de poder social y político con el Estado por parte de los medios

⁴ Cuando hablamos de “vínculos” de radios comunitarias con otras instituciones, nos referimos a generar programas de transmisión de información, campañas de concientización o simplemente llamado a la comunidad para involucrarse en la participación de ciertas actividades.



de comunicación comunitarios, populares y alternativos⁵. A su vez, poseen como objetivo intentar de escapar a las estructuras hegemónicas predominantes. En esta línea, existe un trasfondo de búsqueda democrática de la comunicación en materia de acceso, usos y prácticas: “la democratización de la comunicación es un proceso tendiente a garantizar el derecho universal a la comunicación como noción que incluye los derechos a ser informado, a informar y expresarse, y a participar de la comunicación pública sin limitaciones por cualquier medio” (Segura, 2018: 21).

Pero, como mencionamos anteriormente al trabajar lo popular vinculado a lo masivo, este *escape* no termina de ser total. Entendemos que existe una apropiación de lo popular por el sistema capitalista que termina por neutralizar, en muchos casos, esa capacidad transformadora.

Esta línea argumentativa la retomaremos cuando hablemos del contexto del capitalismo digital y global en el que nos movemos en la actualidad. Y especialmente en el régimen de posverdad en donde el populismo se apropia de *lo popular* para desarrollarse en ámbitos masivos como los medios de comunicación hegemónicos.

Desde una mirada comunicacional, rescatamos el hilo argumentativo de *lo popular* vinculado a lo alternativo para poder comprender las apropiaciones que los sectores populares hacen de su realidad social⁶. Así como observamos en concepciones de la comunicación popular, Simpson Grinberg (1986) afirma que la comunicación alternativa tiene un sentido de ejercer la democracia comunicacional. Es decir, plantear una posición contraria a estructuras transnacionales y el poder concentrado. Este enfoque resulta importante al observar la necesidad de expresión de grupos populares. Desde aquí nos ubicamos para reflexionar como dichos sectores encuentran y promueven, en un contexto globalizado y digital, alternativas comunicacionales a pesar de que sigan primando estructuras hegemónicas de dominación.

Ciudadanía comunicativa y comunicación participativa: alternativas teóricas y prácticas de la comunicación popular para la transformación social

Para adentrarnos en el análisis de las alternativas comunicacionales resulta pertinente rescatar, a nivel teórico, las perspectivas de *ciudadanía comunicativa* (Mata,

⁵ Las categorías de los comunitario, popular y alternativo poseen una discusión interna que no profundizaremos, pero que se ha utilizado en numerosas investigaciones, principalmente sobre el soporte radial. La autora Kejval (2009) menciona saldar dicha discusión proponiendo estas tres categorías para futuros análisis.

⁶ Otra de las autoras de referencia es Alfaro Moreno (2000), que no sólo usa indistintamente comunicación popular de comunicación alternativa, sino que las reconoce en un escenario de horizontalidad donde se enlazan la ciudadanía, política y la participación.



2002, 2006) y de *comunicación participativa* (Díaz Bordenave, 2012, 1989, 1981) que nos permiten visualizar otros modos de ejercer la comunicación, orientados hacia la ampliación de derechos. Especialmente en un contexto global capitalista que se desarrolla en un escenario de desigualdades.

La *ciudadanía comunicativa*, según Mata (2006) permite trabajar las condiciones de posibilidad política en relación con la generación de espacios de participación ciudadana dentro de territorios locales (Navarro Nicoletti, 2020). Mata la define como “el reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública y el ejercicio de ése derecho” (Mata, 2006: 13). Tal como hemos mencionado anteriormente, los sectores populares y sus proyectos alternativos en contextos locales, funcionan como partícipes necesarios para potenciar y fomentar estos procesos comunicacionales que configuran múltiples esferas de la realidad, ampliando derechos y apropiándose de herramientas para un desarrollo ciudadano más pleno.

La *ciudadanía comunicativa* configura una construcción histórica de sectores excluidos que debe ser renegociada constantemente y con identidades que circulan, se resignifican y movilizan. En este escenario, los sectores populares se encuentran en una situación de inferioridad por falta de acceso a oportunidades de desarrollo pleno, ya que los intereses que se terminan cumpliendo son la de los sectores dominantes, los mismos que configuran las estructuras hegemónicas de poder. Bajo esta situación, los medios populares, comunitarios y alternativos⁷, son los que generan espacios y dinámicas de participación ciudadana y donde estos sectores se manifiestan y movilizan sus intereses. A modo de ejemplo, Almaraz Funes menciona que los medios de comunicación de los sectores populares “han surgido como respuesta al mensaje monopólico del capitalismo” (Almaraz Funes, 2017: 182) en un contexto donde América Latina es una región de resistencias y luchas. El autor agrega que estos medios mencionados, en específico las radios comunitarias (y podríamos agregar que muchas otras experiencias alternativas de los sectores populares), son una genuina expresión de capacidad creativa de diversos sectores de la sociedad, ligado, como expusimos anteriormente, a una necesidad de comunicar en espacios de injusticias y exclusión de sectores populares.

Juan Díaz Bordenave (1981) retoma al informe Mc Bride (1980) y reflexiona acerca de la democratización de la comunicación en vínculo estrecho con la democratización de la

⁷ Cabe destacar que, en los primeros años del siglo XXI, gran parte de las radios populares han surgido y crecido de la mano de *construir ciudadanía*, que en materia comunicacional lo observamos en el concepto de *ciudadanía comunicativa* (Mata, 2006).

propia sociedad. En este sentido, “aumentar constantemente la variedad de los mensajes intercambiados exige que sea primero posible el intercambio de mensajes” (Díaz Bordenave, 1981: 14). Esto refiere que no solo se plantee la descentralización geográfica y el acceso a la tecnología, sino también la modificación de los patrones dominantes en la propiedad de medios de comunicación y en bienes y servicios. El autor expone la tensión entre las relaciones de poder y la búsqueda por una democratización del espacio social público. Aquí es necesario retomar la idea de renegociar la configuración histórica de sectores excluidos, ya que “el aumento de la representación social en la comunicación y de la participación se refiere no a una lucha que comenzó recientemente sino a una larga secuencia histórica en la que los ciudadanos acompañaron el progreso constante hacia la libertad y la democracia” (Díaz Bordenave, 1981: 15). Es decir, para Díaz Bordenave (1989), la participación no debería ser una metodología propia de los proyectos de desarrollo, sino una parte orgánica en el proceso que implica una histórica construcción colectiva de una sociedad participativa. Cabe destacar que Díaz Bordenave (1989) señala que la participación se ubica, tal como afirmamos con la comunicación en general, como un derecho humano⁸; otorgando especial vínculo con lo ya mencionado acerca de la importancia de la variable participativa en la comunicación popular y alternativa. La perspectiva latinoamericana de la comunicación popular incorpora, así, en sus prácticas a la comunicación participativa. En este contexto y para la década de 1990, esta incorporación es necesaria para pensar en un futuro más próspero de los sectores populares⁹. Entendemos que los diferentes escenarios y las dinámicas que allí se configuran en torno al empoderamiento de los sectores populares sobre prácticas colectivas en comunidades locales, son claves para comprender el espacio de las prácticas realizadas.

En materia mediática, Díaz Bordenave (1989) menciona que trabajar desde la participación, permite adentrarnos en nuevas funcionalidades de la comunicación como: el desarrollo de la identidad cultural de la comunidad, la autoexpresión, los medios en tanto instrumentos de diagnóstico, la reflexión comunitaria, la articulación de los problemas entre personas, grupos y comunidades, el diálogo político, la educación a distancia y el valor social de la información. Este último aspecto se condice, nuevamente, con una característica de la comunicación que debe ser rescatada para evitar caer constantemente

⁸ En relación a los usos y apropiaciones de la comunicación en materia de derechos, la ONU declaró a la conectividad global como un derecho humano:

https://ap.ohchr.org/documents/S/HRC/d_res_dec/A_HRC_32_L20.pdf

⁹ Se referencia la década de 1990, ya que en países latinoamericanos como Argentina, Brasil, Colombia, Chile o Perú (entre otros), se encuentran inscritos en dinámicas neoliberales de privatizaciones, desigualdades sociales, así como aumento de la pobreza estructural y crisis institucionales. Esto derivado de las décadas de 1970 y 1980 que se mencionaran más adelante.



en un escenario de posverdad en materia informativa. Justamente es Díaz Bordenave (2012) quien, en otro texto más actualizado, habla del capitalismo como una *gran mentira* en la creación de mitos y de presentarse desde valores universales, con alianzas de los medios de comunicación comerciales que terminan suplantando características sociales y culturales. Dicho esto, el autor considera que puede existir otra comunicación posible y por ende otro tipo de sociedad¹⁰. Desde nuestro punto de vista, esta otra comunicación se vincula con las alternativas comunicacionales que no tengan fines comerciales *per se*, y que posean vínculos con demandas, necesidades y prácticas propias de los sectores populares que participan para la configuración y desarrollo de sus propios entornos y realidades, con la menor cantidad de intermediarios externos.

Cabe resaltar que tanto las concepciones anteriormente expuestas, como el contexto global que mencionaremos a continuación, tienen un anclaje en las décadas de 1970 y 1980. La situación política-económica-mediática de los países latinoamericanos en este periodo se destaca por recurrentes crisis institucionales, dictaduras militares y una profundización de la dependencia económica con Estados Unidos y/o Europa. Mediáticamente es un periodo que se destaca por una marcada privatización de los medios de comunicación que deriva en la producción mediática por unos pocos, con escasa participación popular y con agendas comunicacionales destinadas a atender necesidades de sectores dominantes. Esto nos lleva a afirmar que, según lo anteriormente expuesto en relación a la comunicación popular y la participación ciudadana, que para las décadas mencionadas y más allá del título político, las dinámicas democráticas se encontraban limitadas.

Globalización, capitalismo digital y comunicación popular

Si bien adelantamos características principales, aquí ahondaremos en el contexto de globalización y capitalismo digital en relación a la comunicación popular y sus expresiones. Las reflexiones conceptuales anteriormente mencionadas desde autores/as latinoamericanos/as surgen, principalmente, en periodos de crisis institucionales. Cabe aclarar que estas perspectivas se anclan en una etapa expansionista del capitalismo que comienza en la década de 1980 como es la globalización. Si bien muchas veces se aborda desde una cuestión económica, lo transnacional impacta en sectores sociales, políticos y culturales en una relación dialéctica entre lo global y lo local. Mari Sáez (2011) menciona cuatro niveles de la globalización: el referido a lo económico en tanto relaciones de

¹⁰ Por ejemplo, retomando esta perspectiva teórica, el intelectual Antonio Pasquali (1996) piensa en un cambio de la estructura social para un desarrollo democrático auténtico.



producción. Lo comunicacional que se puede entender a partir del acceso y procesamiento de información. Lo político en tanto que las relaciones de poder, reflejado en el neoliberalismo como búsqueda de reducción del espacio político a la máxima expresión. Y lo cultural como relaciones de experiencia. En este sentido, desde lo mediático y las telecomunicaciones encontramos a los medios de comunicación como parte activa de la configuración cultural posmoderna. Dicho esto, coincidimos con Mari Sáez (2011: 19) que se puede observar desde diferentes perspectivas que el proceso de globalización capitalista colabora en profundizar las desigualdades sociales; o como hemos afirmado al final del apartado anterior, las dinámicas democráticas. Como menciona Mittermeier (2017), los medios de masas convierten a la sociedad posmoderna en caótica y compleja. Ya que estos medios otorgan una multitud de diversas visiones del mundo distorsionadas.

El nuevo sistema global o como también lo denomina Castells (1999) *capitalismo informacional*, se configura fragmentando realidades. Es decir, desde un intercambio constante de información y flujos comunicacionales que incluyen códigos dominantes, estructurando relaciones, dinámicas y espacios sociales. De este modo excluye todo aquello que escapa a estos códigos hegemónicos. Comunicacionalmente se refleja en la generación de estereotipos a nivel informativo por parte de medios de comunicación, así como en las relaciones asimétricas entre la sociedad, las instituciones gubernamentales y los propios espacios mediáticos. Dicho proceso deja de lado la capacidad de pensar otros modos de efectivizar la comunicación que no sea bajo los estándares de los medios de comunicación masivos.

Es así que con la globalización devienen procesos de masificación y concentración de poder. En la medida que se continúan perpetuando estructuras hegemónicas de comunicación, se opacan dinámicas comunicacionales de índole popular y alternativo. Esto último teniendo como referencia que este tipo de medios populares, según las concepciones latinoamericanas, se vinculan con luchas y reivindicaciones contra los medios hegemónicos. Como mencionaba Díaz Bordenave (2012) al hablar del capitalismo y sus ambiciones comerciales, queda excluido todo tipo de proceso que no tenga un carácter lucrativo, como pasa con la comunicación popular y alternativa.

Si bien observamos que con la globalización y el sistema capitalista surgen TIC capaces de conectar y vincular cada vez más espacios y personas, estas no dejan de encontrarse condicionadas por sus usos (Castells, 2001). Esto interviene en un solapamiento de dinámicas populares de comunicación a la vez que surgen proyectos comunicacionales alternativos desde las comunidades.

En un contexto global donde las TIC se encuentran en interacción con gran parte de las comunidades, la digitalización interviene en la búsqueda de mayor acceso en materia informativa. Si bien la digitalización (a través de la tecnología) interviene en gran parte de las comunidades, no siempre es positivamente. Masividad no es igual a mayor accesibilidad, ni tampoco lleva a una mejor calidad informativa. Sino, por lo contrario, facilita procesos de desvirtuar la realidad, como la posverdad. De este modo se observa que en la variable digital dentro del capitalismo existe una concentración de poder que excluye a sectores de la sociedad especialmente de los procesos productivos, generando vínculos tan flexibles como inestables. Es decir, que las luchas y reivindicaciones que observamos en las concepciones latinoamericanas iniciales de la comunicación popular y alternativa, hoy se actualizan en el desafío de buscar modos de apropiarse de las herramientas tecnológicas y digitales del contexto global, a la vez de poder continuar atendiendo a necesidades y demandas de los propios sectores populares. García Canclini menciona, en la misma línea, que el poder no se encuentra contenido por una institución, ni Estado, ni medios de comunicación. Sino que “los sectores populares coparticipan en relaciones de fuerza múltiples que se forman simultáneamente en la producción y el consumo” (García Canclini, 1989: 204).

POSVERDAD, POPULISMO Y LO POPULAR

Este contexto digital y global se inserta en nuestra cotidianeidad desde una masividad mediática e informativa. En la misma línea, las estructuras de poder que aquí se consolidan y retroalimentan en dicha masividad, buscan continuar perpetuando desigualdades sociales, políticas, culturales y comunicacionales. De este modo indagaremos como el proceso de *posverdad* en sintonía al contexto ya trabajado, interviene en dinámicas de lo popular.

La Real Academia Española define a la *posverdad* como la “distorsión deliberada de una realidad que manipula creencias y emociones con el fin de influir en la opinión pública y en actitudes sociales”. Esto mediante “acciones estratégicas que instalan en un espacio, fuerzas e intereses” (Cuadra, 2018: 9). Es decir, en un contexto latinoamericano inestable en materia económica, política y social, la *posverdad* (en un escenario globalizado) escapa a estos criterios lógicos discursivos (Ramos Chávez, 2018) y se multiplica generando desajustes comunicacionales en materia de consumo y acceso a información verídica.

En este sentido, el pensamiento comunicacional latinoamericano en torno a la comunicación popular, nos posibilita repensar a la *posverdad* en tensión con las estructuras de poder que las fomentan y con las realidades históricas de desigualdad que se generan y multiplican. O como menciona Martínez Díaz “los estudios poscoloniales o subalternos nos proporcionan un enfoque que desenmascara algunas construcciones sociales enraizadas en la aproximación al conocimiento” (Martínez Díaz, 2018: 445). Antes de proponer alternativas comunicacionales a las estructuras de poder, aquí nos cabe identificar como este proceso de posverdad se involucra con *lo popular*, deformándolo. La clave se encuentra en la categoría de *populismos*. Ya que, desde el capitalismo digital y el régimen de posverdad bajo la categoría de populismos, se apropian de lo popular en donde este proceso de críticas y luchas de los sectores populares queda desdibujado. O como menciona Dussel (1985), cuando desde América Latina se habla de la *cuestión popular*, hay que tener en cuenta que la misma superficialmente se ha tomado como deformación del populismo.

La globalización se ha expandido tanto de la mano de la digitalización, que el poder se ha dispersado a la vez que continúa respondiendo a lógicas transnacionales (Navarro, 2022). En esta línea nos encontramos, por ejemplo, que internet ha pasado a ser una estructura, con un alcance universal y de incidencia en nuestra cotidianeidad cambiando los modos de ver al mundo (Martínez Díaz, 2018). Y en dicho contexto, los medios de comunicación masivos, en tanto *máquinas narrativas* (Mittermeier, 2017), crean una visión del mundo bajo un régimen de posverdad que interviene una multiplicidad de actores necesariamente en el nivel de la opinión pública.

Entonces, se observa como los medios de comunicación hegemónicos se apoyan en el populismo generando una ilusión de homogeneidad, dejando ver, así, su necesidad de masividad. García Canclini (1989) menciona que esa noción de *lo popular* que construyen los medios, continúa con la lógica capitalista que mencionamos anteriormente. Es decir, que *lo popular* pasa a ser lo que se vende masivamente, lo que atrae multitudinariamente y sirve para el sistema capitalista global para su desarrollo. Tanto el régimen de *posverdad* como el populismo implican una apelación a lo emotivo, la atracción a soluciones simples bajo el uso de distorsiones deliberadas. Como afirma Martínez Díaz “el populismo ofrece soluciones aparentemente obvias y simples, evocando al sentido común en un mundo desbordado por la complejidad” (Martínez Díaz, 2018: 457).

Cabe destacar, que, si bien los medios de comunicación masivos bajo el régimen de posverdad y de estructuras como el populismo buscan influir a las comunidades por



separado, toda la información es recibida por grupos más que por personas, o por personas en tanto miembros de grupos. Es decir, que “las acciones hegemónicas y las contrahegemónicas pueden suscitar algunos comportamientos, en el consumo cotidiano como en la acción política, en la medida en que los sujetos logran compatibilizarlas con sus hábitos y con los de sus grupos de pertenencia (familiar, barrial, cultural)” (García Canclini, 1983: 164). Y como afirma el autor, son estos grupos primarios los lugares de obtención de información básica para la subsistencia y el soporte vivencial para luchas macrosociales.

En esta línea, un ejemplo que permite pensar a los sentidos de lo popular en la era actual de la globalización y la posverdad que busca escapar de las lógicas estructurales de la comunicación masiva, es el del *software libre* (Almaraz Funes, 2017), que, si bien no lo profundizaremos, nos permite ejemplificar y reflexionar acerca de la comunicación popular y alternativa en contexto de capitalismo digital. Aquí los medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos buscan escapar a las estructuras hegemónicas consolidadas en el contexto de capitalismo digital. El *software libre* permite, no sólo incluir la tecnología a las prácticas alternativas en un contexto de capitalismo digital y acortar las brechas digitales (Segura, 2021), sino también encontrar mayor transparencia en la transmisión de información y de fuentes de origen de la misma, cuestión que se ve modificada bajo el contexto de *posverdad*¹¹. En el texto de Almaraz Funes (2017), León (2013) vincula este proceso de *software libre* con la democratización de la comunicación que mencionamos anteriormente y con ello la construcción de una ciudadanía más justa y con apertura de posibilidades.

Lo popular se construye en la totalidad de las relaciones sociales. Tanto en la cuestión macroestructural, como en los hábitos subjetivos y prácticas interpersonales. Es por esto que no todo lo que hace a los sectores populares apunta a una criticidad con el sistema (lo que hacen y piensan los sectores populares), para evitar mitificaciones que establezcan una desigualdad más evidente. De este modo, es necesario hacer foco en estos procesos y problematizar a *lo popular* desde lo masivo, con todos los actores intervinientes en cuenta. Porque si no esa apropiación de *lo popular* por parte del populismo, la posverdad y los medios de comunicación masivos, lleva a un debilitamiento de las verdades absolutas y la creación de condiciones que favorezcan el florecimiento de los populismos actuales que “tienen el peligro de convertirse en totalitarismos basados en mentiras”

¹¹ En materia de *software libre*, García (2015) engloba, también, *hardware libre*, periodismo libre y nociones de seguridad y privacidad.



(Mittermeier, 2017: 32). Sobre esto reflexiona García Canclini (1989: 212) en relación a las culturas populares afirmando que las mismas no son efecto pasivo o mecánico de la reproducción controlada por los dominadores; también se constituyen retomando sus tradiciones y experiencias propias en el conflicto de quienes las ejercen, más que la dominación, la hegemonía. Es decir, que, si bien tenemos que tener presente la incidencia de las estructuras hegemónicas sobre *lo popular*, hay que recordar que existen dinámicas populares y alternativas que buscan escapar a las lógicas masivas y capitalistas, que también pueden ser efectivas para el desarrollo de comunidades locales.

En esta línea, Segura menciona que en el territorio argentino (pero bien replicable a otros sectores de Latinoamérica), en el periodo de 2001-2002 de enorme crisis institucional “muchos medios alternativos de esta época se desarrollaron en soportes digitales, cuyo acceso y uso se había masificado entre las capas medias y altas de la población a fines del siglo anterior” (Segura, 2018: 71). Específicamente en el caso argentino, ya en 2003 con una recuperación institucional y con determinadas políticas públicas que derivan en la sanción de la ley de servicios de comunicación audiovisual (N° 26.522), muchos de estos medios se debilitaron o desarticularon¹². Un ejemplo de este proceso puede ser (sin profundizar en el mismo), en Argentina, el de Barricada TV¹³. Allí sus integrantes buscan desarrollar información en interacción con la comunidad, así como tratando de desligarse de los discursos de *posverdad*¹⁴. Esto nos permite comprender cómo dentro de un sistema capitalista digital y global, sectores populares que históricamente fueron excluidos de la participación de circuitos *oficiales*, encuentran alternativas comunicacionales y prácticas que permiten un igual desarrollo ciudadano.

Reflexiones finales: Sentidos de lo popular encarnados en la era actual de la globalización y de la posverdad

A lo largo de este artículo hemos buscado tensionar las concepciones latinoamericanas de la comunicación popular y alternativa con el contexto de capitalismo digital global. En este sentido, y en vínculo con las relaciones de poder y las estructuras hegemónicas que se potencian en este contexto, existe una búsqueda de democratizar la

¹² En materia legal y con referencia a la radiodifusión, Segura menciona que “no todos los gobiernos latinoamericanos de izquierda hicieron reformas en las leyes y políticas de radiodifusión en este siglo, como esperaban los activistas de la comunicación, y si las hicieron fueron restrictivas para la sociedad civil (Brasil, Chile, Paraguay, Nicaragua, El Salvador)” (Segura, 2018: 18).

¹³ Se autodenomina como “grupo audiovisual de acción política” y como noticiero popular en tanto herramienta para la organización y el cambio social: https://www.barricadatv.org/?page_id=9170

¹⁴ Dentro de las autopercepciones de Barricada TV en tanto medio de comunicación popular y alternativo, se encuentran concepciones como las denominar a las estructuras mediáticas hegemónicas como *dictadura mediática*. Acusando a los grandes medios de comunicación de trasgiversar información, entre otras cosas.

comunicación y las relaciones sociales bajo dinámicas participativas y ciudadanas de la comunicación popular y alternativa. Esto último teniendo presente la incidencia de las estructuras masivas y hegemónicas que impactan en la cotidianeidad de las comunidades.

En sociedades latinoamericanas y en el mundo en general, abundan ejemplos de espacios que propician el discurso de la *posverdad*. Es decir, nos encontramos con un escenario donde la configuración de la estructura mediática latinoamericana está, generalmente, concentrada en capitales privados o grupos hegemónicos. Hay una ausencia de legislaciones claras en materia mediática que colabora en la transmisión de discursos moldeables a la opinión pública de turno y escasean las oportunidades de participación que se le otorga a la sociedad civil en general o a sectores populares. De todos modos, desde lo que Kaplún (2019) denomina *desafío decolonial*, encontramos en los sectores populares una búsqueda activa de reivindicación y empoderamiento de su entorno bajo diversas alternativas comunicacionales, que no se pueden efectivizar en su totalidad, pero siempre se dinamizan. Esta búsqueda debería coincidir con una transformación digital que se centre en los diálogos, usos y procesos, más que en los productos y la transmisión. En palabras de Martín Barbero (1987), más en las mediaciones que en los medios. Esto último se traduce en diversidad de contenidos, información y prácticas que hagan partícipes a las comunidades y no que se configuren como sujetos pasivos. Se espera que con las prácticas alternativas de los sectores populares se puedan generar cambios respecto a las reglas de juego de la comunicación pública, en un contexto que se las excluye constantemente. Estos cambios, como hemos mencionado, funcionan de modo parcial. Ya que la masividad con la que se mueven las estructuras de poder dificultan un desarrollo pleno de dinámicas populares y alternativas de comunicación.

Cabe destacar que muchas de las prácticas y proyectos alternativos en materia mediática, como el mencionado de *Software libre*, por ejemplo, se establecen en épocas de crisis institucionales. Ya que, en dichos momentos, se acentúa la incapacidad de respuesta gubernamental e institucional sobre los sectores populares y ante la necesidad, se configuran dinámicas alternativas. En este caso, como en el de Barricada TV, encontramos a la propia sociedad civil en acción; en búsqueda solventar sus propios desarrollos locales con la participación de las comunidades que no tengan que responder a circuitos masivos de comunicación.

En muchos de los ejemplos y las corrientes teóricas mencionadas, encontramos una actualidad latinoamericana que aún lucha por un desarrollo pleno, o alternativas que no poseen espacio debido a las estructuras y dinámicas que excluye y genera

desigualdades. Las estructuras de poder institucionales, mediáticas y comunicacionales se perpetúan y consolidan en un sistema capitalista digital donde se pondera la producción masiva. Desde las perspectivas teóricas latinoamericanas, encontramos que los sectores populares poseen búsquedas políticas-sociales como la democratización de la sociedad y/o la justicia social, así como búsquedas comunicacionales (democratización de la comunicación) en pos de encontrar espacios de participación, diálogo y sentido de comunidad. Esto último más allá que, producto del poderío de las estructuras hegemónicas que predominan en la sociedad, en lo concreto, las prácticas populares y alternativas no puedan ser tan efectivas a ojos de dinámicas masivas y dominantes.

Localizamos en la cuestión digital una doble vara que, según los usos que se le dé, puede llegar a ser beneficiosa o perjudicial para el desarrollo ciudadano. La rapidez y la accesibilidad es un factor que crece a pasos agigantados, pero que también expande una brecha entre sectores que no es tan visible. Por lo que, cuando se dice que los medios de comunicación comunitarios, populares y/o alternativos deben incorporar la mayor cantidad de tecnología posible que permita participar de la dinámica fluida de la comunicación, no se contempla la falta de accesibilidad de muchos sectores populares. A la vez que no se puede englobar en una misma estructura a todos los espacios sociales, ya que estos poseen dinámicas y necesidades específicas que no corresponden muchas veces a la lógica digital, sino más a lo territorial y tangible.

A modo de cierre, resulta pertinente resaltar que la comunicación popular y alternativa, así como sus variantes de participación, ciudadana o desde el desarrollo, no son ideales ni se encuentran exentas de fallas y/o contradicciones. Como mencionamos anteriormente, no todo lo que hace a los sectores populares apunta a una criticidad del sistema, sino que en diversas oportunidades se puede ver una funcionalidad a dicho sistema que tiene gran injerencia en nuestra cotidianeidad. La autogestión o el desarrollo de proyectos desde las propias comunidades poseen muchas falencias a nivel organizativo, de sostenibilidad y de posibilidades de desarrollo pleno. La variable lucrativa, que en la mayoría de los casos mencionados queda por fuera de las lógicas de sus prácticas, es la que muchas veces también dificulta una dinámica que perdure en el tiempo. De todos modos, consideramos que la comunicación popular y alternativa es necesaria para considerar una pluralidad de voces en la vida ciudadana y ampliar la capacidad de participación de sectores históricamente excluidos del desarrollo de los espacios que habitan. Y una alternativa a un sistema capitalista digital que, como hemos expuesto, impide un derecho comunicacional pleno.

REFERENCIAS

1. Alfaro Moreno, Rosa María. “Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones”. *Revista Oficios terrestres*, 7(8), pp. 199-208. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/47397.2000>.
2. Almaraz Funes, Jonatan. “Tecnologías libres de la información y la comunicación. Herramientas para caminar hacia un nuevo horizonte comunicacional”, en Barragán, Víctor y Terceros, Iván (coord.) *Radios, redes e internet para la transformación social*. CIESPAL, Quito, Ecuador. 2017.
3. Castells, Manuel. *La Galaxia Internet*. Plaza y Janés, Madrid. 2001.
4. Castells, Manuel. “Globalización, identidad y estado en América Latina”. *PNUD*, Santiago de Chile, 1-18. <https://www.flacsoandes.edu.ec/agora/globalizacion-identidad-y-estado-en-america-latina>. 1999.
5. Cuadra, Álvaro. “El príncipe posmoderno: posverdad y enjambres digitales”. *Revista Representaciones Investigación en Comunicación*, 1(10), 4-22. <https://www.revistas.usach.cl/ojs/index.php/re-presentaciones/article/view/3685>. 2018.
6. Díaz Bordenave, Juan. “La comunicación y el nuevo mundo posible”. *Commons Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1), 6 - 13. <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3049/2830>. 2012.
7. Díaz Bordenave, Juan. “La sociedad participativa”. *Revista latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 32(1), 18 - 27. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1951/1971>. 1989.
8. Díaz Bordenave, Juan. “Democratización de la comunicación: teoría y práctica”. *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*, 1, 13-21. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i1.962>. 1981.
9. Dubravcic Alaiza, Martha. *Comunicación popular: del paradigma de la dominación al de las mediaciones sociales y culturales*. Ed. Abya-Yala, Quito, Ecuador. 2002.
10. Dussel, Enrique. “La “cuestión popular”. *Diálogos Sociales*, 81 - 87. https://enriquedussel.com/txt/Textos_Articulos/154.1985_espa.pdf. 1985.
11. Freire, Paulo. *El grito manso*, Siglo Veintiuno (2da ed), Buenos Aires, Argentina. 2016.
12. García Canclini, Néstor. “¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular? Culturas populares e indígenas”. *Diálogos en acción*, 1, 153 - 165. https://hugoribeiro.com.br/biblioteca-digital/Canclini-de_que_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf. 1983.
13. García Canclini, Néstor. “¿Reconstruir lo popular?”. *Cuadernos Instituto Nacional de Antropología*, 13, 201 - 219. <https://revistas.inapl.gob.ar/index.php/cuadernos/article/view/450>. 1989.
14. Kaplún, Gabriel. “La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial”, *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*, 1(141), 75-94. <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4077>. 2019.
15. Kaplún, Gabriel. “Viejas y nuevas tradiciones en la comunicación latinoamericana”, *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, Sao Pablo, 10(18), 66-76. <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/114>. 2013.
16. Kejval, Larisa. *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares*, Prometeo, Buenos Aires. 2009.
17. León, Osvaldo. *Democratizar la palabra. Movimientos convergentes en comunicación*. Agencia latinoamericana de Información, Quito. 2013.
18. Mari Sáez, Víctor. *Comunicar para transformar, transformar para comunicar: Tecnologías de la información, organizaciones sociales y comunicación desde una perspectiva de cambio social*. Ed. Popular, Madrid. 2011.



19. Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Ed. Gili, Barcelona. 1987.
20. Martínez Díaz, Gonzalo. “La posverdad y el resquebrajamiento del orden liberal”. *Documento opinión*, 11(1), 441 - 460. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6715636>. 2018.
21. Mata, María Cristina. “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”, *Revista Fronteiras-Estudios midiáticos*. 5(15), 5-15. <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/6113>. 2006.
22. Mata, María Cristina. “Radios y públicos populares”, *Revista Diálogos de la Comunicación*, 19(1). <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/198434>. 1988.
23. Mittermeier, Johanna. *Desmontando la posverdad. Nuevo escenario de las relaciones entre la política y la comunicación*. Tesis para optar por el título de Magister en Medios, Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de Barcelona. https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_293810/TFM_Johanna_Mittermeier.pdf. 2017.
24. Navarro, Alberto. “Posverdad, medios de comunicación y poder. Un problema para las humanidades”, *Comunicación y Hombre*, 18(1), 147 - 162. <https://comunicacionyhombre.com/article/posverdad-medios-de-comunicacion-y-poder-un-problema-para-las-humanidades/>. 2022.
25. Navarro Nicoletti, Felipe. *La dimensión sociopolítica y comunicacional de las radios comunitarias, populares y alternativas en los barrios de San Carlos de Bariloche: prácticas de configuración identitaria (1986-2016)*. Tesis para optar por el título de Doctor en Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, Argentina (Inédita). 2020.
26. Navarro Nicoletti, Felipe, y Rodríguez Marino, Paula. “Aproximaciones conceptuales: comunicación popular, comunicación comunitaria y comunicación alternativa”, *Revista Commons, Ciencias Sociales y Comunicación*, 7(2), 37-66. <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/4468>. 2018.
27. Pasquali, Antonio. “Comunicación ¿Para cuál desarrollo?”, *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 53(1), 12-15. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i53.995>. 1996.
28. Ramos Chávez, Alejandro. “Información líquida en la era de la posverdad”, *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), 283-298. <https://doi.org/10.5209/RGID.60809>. 2018.
29. Saintout, Florencia. *Abrir la comunicación: Tradición y movimiento en el campo académico*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, La Plata. 2003.
30. Segura, María Soledad. “No es una brecha. Desigualdades digitales y sociales en Argentina”, *Revista Eptic*, 23(2), 190-208. <https://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/15556>. 2021.
31. Segura, María Soledad. *De la resistencia a la incidencia. Sociedad civil y derecho a la comunicación en la Argentina*. UNGS, Los Polvorines, Buenos Aires, Argentina. 2018.
32. Simpson Grinberg, Máximo. *Comunicación alternativa y cambio social. América Latina*. Ed. Premia, México. 1986.