



2.3.7 • A comunicação mundializada • Utilizações e manipulações da informação e da comunicação

Comunicación comunitaria y medios ciudadanos: la voz desde dentro de las comunidades

Cristina Sala Valdés

UNA DE LAS PRINCIPALES características de una comunidad humana es el intercambio de iniciativas, de información y significados en el proceso de “definir, crear y mantener una identidad y unos intereses de grupo para sobrevivir en un espacio geográfico y/o cultural especificable”, o sea una comunidad es creada y recreada por un sistema de comunicación comunitaria, entre los que se incluyen los medios comunitarios “como herramientas para el desempeño de roles y la utilización de recursos, y para responder a las necesidades de comunicación de los individuos e instituciones dentro de la comunidad” (Opubor, 2000 *apud* Gumucio-Dagron & Tufte, 2008: 1055-6).

Por tanto, el concepto de medios comunitarios trasciende el sentido instrumental y tecnológico del término. Implica recuperar el protagonismo de la comunidad en el proceso comunicativo que incluye la elaboración comunitaria de los contenidos y convertirse en gestores del propio medio. Más allá incluso, construye ciudadanía a partir de lo que se ha venido a denominar medios ciudadanos.

Características de los Medios

Comunitarios

Karina Herrera (2006 *apud* Marí, 2011:19-20) sintetiza los rasgos fundamentales de los medios comunitarios en cinco: capacidad de incidencia política y social desde la comunicación, capacidad autogestionaria y autónoma, apertura a la comunicación popular y alternativa; fortalecimiento de las demandas de expresión de los sectores populares locales y contribución a la construcción ciudadana desde la comunicación.

Los medios comunitarios incluyen una serie de actividades destinadas a retar, complementar o cambiar los principios operativos, las estructuras, las formas culturales, el financiamiento y las prácticas asociadas a los medios dominantes, comúnmente masivos. Este listado tan genérico y amplio sirve para acomodar a una variedad de iniciativas que operan en diferentes contextos políticos, sociales y culturales. Saffon (2007: 49) plantea que estas iniciativas “pretenden democratizar los medios de comunicación y abrirlos a las necesidades reales de la población. Para lograrlo, los medios comunitarios tienen el objetivo concreto de otorgar a las comunidades usualmente excluidas o marginadas de los medios de comunicación la posibilidad de desarrollar medios propios, en los cuales puedan tratarse temas de interés de dichas comunidades y puedan oírse voces y reclamos tradicionalmente silenciados”.

Lo que caracteriza a todo medio comunitario es su funcionamiento desde la lógica de la apropiación social lo que implica que estos no tienen exclusi-

vamente el propósito de hacer que se respete la libertad de expresión o acceder a los medios informativos y hacer oír su voz perdida entre las voces de las élites del poder mediático, sino que pretenden conectar el trabajo comunicativo con los procesos sociales, aquellos que conduzcan a obtener más espacio y más calidad democrática. Es ésta “una lógica que pone el énfasis en los procesos y en los vínculos y redes construidos, más que en la calidad intrínseca de los productos comunicativos” (Marí, 2011: 198). Así por ejemplo, un documental sobre la juventud en un determinado lugar es secundario al proceso que se va desarrollando poco a poco a través del trabajo colaborativo que realiza la comunidad para producir tal documental.

“
Una comunidad es creada
y recreada por un sistema
de comunicación comunitaria.”

Los medios comunitarios representan un modelo efectivo para la amplificación y la mejora de los canales de comunicación horizontal en una región o localidad concreta. Del mismo modo, el enfoque participativo de los medios comunitarios asegura la generación de mensajes culturalmente relevantes y apropiados dentro de un contexto social específico. Además,

los medios comunitarios confieren sentido de agencia y propiedad.

El contexto en el que se encuentran los medios comunitarios es decisivo a la hora de dar forma a su actividad. Así por ejemplo, en Estados Unidos en donde los medios comerciales han dominado el sistema mediático, los medios comunitarios surgen como medios alternativos no comerciales. Al contrario, en Europa Occidental, Canadá y Australia, donde los medios públicos han actuado en una situación de monopolio a lo largo del siglo XX, los medios comunitarios surgieron con el propósito de contrarrestar la construcción, desde los medios públicos, de una identidad homogénea, sacando a la luz los intereses diversos de minorías étnicas, raciales y culturales que son comúnmente ignoradas, silenciadas o infra-representadas por los medios nacionales (Berrigan, 1977 *apud* Howley, 2010:2). En América Latina y África los medios comunitarios han hecho propias las estrategias de la comunicación participativa y otras técnicas que estimulan el desarrollo económico, político y social. En otras sociedades en las que los medios estaban en manos del estado, los medios comunitarios surgen ejerciendo una oposición directa a los regímenes represivos y a la propaganda asociada con los medios oficiales (Ibrahim, 2000 *apud* Howley, 2010: 2). Por supuesto, los medios comunitarios también son comunes en sociedades democráticas en las que sus constituciones recogen el derecho a la libertad de expresión.

¿QUE IMPLICA HABLAR DE LOS “MEDIOS CIUDADANOS”?

Primero, que una colectividad *asume el rol* de su ciudadanía al intervenir y transformar activamente el panorama mediático ya establecido, segundo, que estos medios desafían los códigos sociales, las identidades legitimadas y las relaciones sociales institucionalizadas; y, tercero, que estas prácticas comunicacionales le confieren poder a la comunidad involucrada, en la medida en que estas transformaciones y cambios son posibles (Rodríguez, 2001:1143).

Por su parte, Amparo Cadavid (2003 *apud* Rodríguez: 2008) señala que los medios ciudadanos son aquellos que reúnen tres características: (1) unos objetivos guiados por el cambio y la transformación social desde las necesidades, expectativas e intereses de la gente, (2) controlados por esas mismas personas organizadas en base a una estructura democrática y participativa y (3) el ejercicio de una función social con total independencia.

Geertz & Van Oeyen (2001: 134) recogen las numerosas funciones y potencialidades de los medios ciudadanos: “contribuir a la articulación del tejido social, y por lo tanto, a la construcción de proyectos colectivos; asumir plenamente su papel de mediador entre los ciudadanos y el Estado; provocar el acercamiento, la discusión y la búsqueda de soluciones entre la sociedad civil en general y los poderes constituidos; promover el surgimiento de nuevos actores sociales y el fortalecimiento de las organizaciones existentes; buscar una representación amplia y plural de los sectores populares y en general de los diferentes actores de la sociedad civil”.

Muy relevante es también la capacidad de los medios para promover, reforzar, amplificar y apoyar la solidaridad y la unidad, favoreciendo una cultura del *togetherness* o compañerismo (Rodríguez, 2011).

Para finalizar, hay que recordar que, tanto los medios comunitarios como los medios ciudadanos, permiten a las personas expresar sus experiencias, escuchar y encontrar en el vecino, en el otro, multitud de similitudes, abriéndose así la posibilidad de construir un horizonte en común que permita dar un nuevo significado colectivo al sentido social de sus vidas. Un colectivo de comunicaciones que realice actividades de cine club, una radio comunitaria, una televisión comunitaria con formación para niños, niñas y jóvenes, constituyen ejemplos de estos medios creados, gestionados y dinamizados por la comunidad.

Derecho	Derecho a la libertad de prensa	Derecho a la información	Derecho a la comunicación
Valores democráticos protegidos	Libre competencia de ideas y control del poder por los medios de comunicación, como instrumentos fundamentales para proteger y fortalecer la democracia	Importancia de la información para la creación de una opinión pública informada que contribuya a una democracia vigorosa	Acceso a la información como bien fundamental, de cuyo acceso equitativo dependen la garantía de la participación democrática, el ejercicio de la ciudadanía, la pluralidad, la igualdad de oportunidades, etc.
Destinatarios	Productores de ideas e información (especialmente los medios de comunicación)	Productores (especialmente los medios de comunicación) y destinatarios de información	Usuarios de las NTIC, considerados tanto destinatarios como productores de información – Dicotomía productor/receptor de la información se difumina
Relaciones reguladas	Estado y medios de comunicación	Estado y medios de comunicación – Medios de comunicación y destinatarios (Estado como intermediario)	Relaciones entre el Estado y los usuarios de las NTIC - Relaciones interpersonales entre los usuarios de las NTIC, incluidas las autoridades estatales
Actitud reguladora	Obligación negativa de abstención o no intervención del Estado – Excepcionalmente actuaciones estatales positivas tendientes a asignar responsabilidad a los productores de información por vulneración de los derechos a la intimidad y la honra – Prohibición de la censura previa	Obligación estatal negativa de no intervención con el fin de impedir los obstáculos a la producción libre de información – Obligación estatal positiva de intervención para asignar responsabilidad a los productores por violar las exigencias de imparcialidad y veracidad, así como los derechos a la intimidad y la honra – Prohibición de la censura previa	Obligación estatal positiva encaminada a eliminar los obstáculos al acceso a y a la producción de información y de conocimiento equitativos – Obligación estatal positiva para asignar responsabilidades por los usos de las NTIC que vulneren derechos o debiliten la democracia – Regulación transnacional por parte de otros entes distintos del Estado, con el fin de garantizar los objetivos antes mencionados en ámbitos que escapen a la regulación del Estado y frente a las propias autoridades estatales

Las diferencias entre los tres derechos Fuente: Saffon, 2007: 40-41.

El proceso de medios comunitarios está presente en casi todo el mundo, prueba de ello es la existencia de más de seis mil radios comunitarias que existen solo en América Latina. AMARC, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias es una ONG internacional al servicio de la radio comunitaria que trabaja bajo los principios de participación, cooperación y solidaridad.

Medios ciudadanos: comunidad, comunicación y poder

Guiada por la propuesta conceptual de democracia radical, Clemencia Rodríguez orienta una exploración de los medios comunitarios desde el concepto de poder. La investigadora pone su mirada en las comunidades que desarrollan medios y que manifiestan una mirada de “ecuaciones de poder que involucran a todos y a cualquier individuo de la comunidad; podríamos también apreciar cómo estas ecuaciones no son estáticas sino permanentemente cambiantes, es decir, cómo las relaciones de poder se constituyen constantemente” (Rodríguez, 2001: 1141). La autora sostiene que el poder no tiene una existencia fija, ni tan siquiera a nivel individual, sino que el acceso al poder cambia continuamente, tanto para hombres como para mujeres, a medida que nos movemos por los distintos escenarios de la vida cotidiana: a veces somos más vulnerables y otras veces nos convertimos en poderosos. De esta manera, dice ella, “el poder es activado por todas y cada una de las relaciones en las que participamos”. Las identidades de hombres y mujeres entran en un juego de relaciones de poder con la multiplicidad de identidades de los otros con los que convivimos; incluso, en algunos casos, tales identidades entran en conflicto.

Desde la reinterpretación que la filósofa y politóloga Chantal Mouffe (1992) realiza del término ciudadanía, indicando que se trata de un tipo de identificación, un tipo de identidad, no de un

estatus que otorga el estado ni de una característica esencial, sino que se construye día a día mediante la participación en prácticas políticas cotidianas; Clemencia Rodríguez propone el concepto de medios ciudadanos como aquellos que promueven procesos simbólicos que le permiten a la gente designar y expresar el mundo en sus propios términos, que se relaciona directamente con su poder para intervenir en acciones políticas. “En la medida en que los ciudadanos participan activamente en acciones que redefinen sus propias identidades, las identidades de otros y su entorno social, generan poder” (Rodríguez, 2001 *apud* Gumucio-Dagron & Tufte, 2008: 1143). A la luz de esta reformulación del término ciudadanía Clemencia Rodríguez (2001) propone solo quienes estén en la capacidad de narrar sus propias identidades y de nombrar al mundo en sus propios términos tendrán una presencia sólida como sujetos políticos en la esfera de lo público.

A medio camino entre la comunicación para el desarrollo y la comunicación alternativa, los medios ciudadanos activan procesos a través de los cuales individuos y comunidades recodifican tanto sus contextos como su propia identidad. Esto es posible a partir de la apropiación de tecnologías desde las necesidades de las comunidades. Las comunidades, especialmente en América Latina, han aprendido a reciclar, mezclar e hibridar las tecnologías. Así por ejemplo una bicicleta se convierte en una radio ambulante, una plaza en un espacio público improvisado en el que visionar una película, una radio comunitaria en un centro de mediación, el teatro mudo en herramienta comunicativa que sirve para la reflexión y creación de nuevos imaginarios, o una televisión comunitaria en una escuela que cultiva una voz propia para narrar las cotidianidades. Los procesos mediáticos que generan los medios ciudadanos brindan a los ciudadanos la oportunidad de transformar sus identidades en

subjetividades empoderadas fuertemente ancladas en sus culturas locales e impulsadas por utopías bien definidas.

En definitiva, los medios ciudadanos son los que emplean los ciudadanos para activar procesos de comunicación que contribuyen a moldear sus comunidades locales y construyen relaciones permanentes con ésta.

Los medios ciudadanos en la práctica

Los medios ciudadanos surgen como aplicación práctica en el contexto colombiano y a pesar de que no pueden ser considerados como una fórmula prescriptiva, comparten formas de hacer participativamente y formatos con otras experiencias como los *pequeños medios* (García Mingo, 2015) de la Asociación de Mujeres de los Medios de Sur Kivu (AFEM-SK) en la República Democrática del Congo en los que las comunicadoras ejercen “su actividad como un agente social que busca promover la transformación de su comunidad” (Rodríguez, 2011: 55).

Rodríguez (2011) considera que los medios ciudadanos surgen de manera más sencilla en aquellos contextos en los que los procesos participativos ya han existido en la forma de movimientos sociales. Éstos permiten la normalización de la participación de las comunidades de base en los procesos de toma de decisiones políticas y económicas. Por tanto, en aquellos contextos en los que los movimientos sociales y la participación les resultan naturales, los medios ciudadanos tienen mayores posibilidades de florecer. ■

Referencias

- García Mingo, E. (2015). *Microfonos de Paz. Conversaciones con Caddy Adzuba*. Madrid: Catarata.
- Geertz, A. & van Oeyen, V. (2001) *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito: ALER.
- Gumucio-Dagron, A. & Tufte, T. (eds.) (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas Históricas y Contemporáneas*. La Paz: Plural con CFSC Consortium, Nueva York, EEUU.
- Howley, K. (ed.) (2010). *Understanding Community Media*. Los Angeles: Sage.
- Mari, V. (2011). *Comunicar para Transformar; Transformar para Comunicar*. Madrid: Editorial Popular.
- Rodríguez, C. (2001). De medios alternativos a medios ciudadanos. In Gumucio-Dagron, A. & Tufte, T. (eds.) (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas Históricas y Contemporáneas*. La Paz: Plural con CFSC Consortium, Nueva York, EEUU, pp. 1130-1150.
- Rodríguez, C. (2004). Comunicación para la paz: enfoques encontrados. *Son de Tambora*, 88. The Communication Initiative Network, disponible en http://www.comminet.com/health_rights_media/content/comunicaci%C3%B3n-para-la-paz-enfoques-encontrados.
- Rodríguez, C. (ed.) (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia*. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, disponible en <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf>.
- Rodríguez, C. (2011). *Citizens' media against armed conflict: disrupting violence in Colombia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Saffon, M.P. (2007). El derecho a la comunicación: un derecho emergente. In Rincón, O. *et al.*, *Ya no es posible el silencio. Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert-Stiftung, pp.15-60, disponible en <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07329.pdf>.