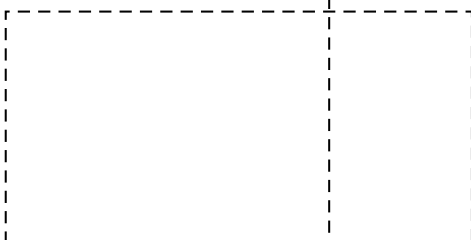
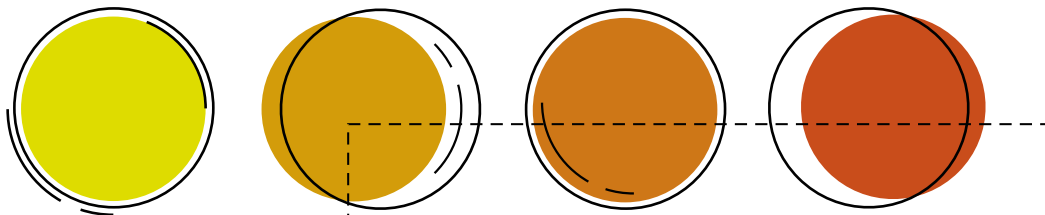


Reivindicar el cambio: comunicación popular, comunitaria y ciudadanía en América Latina

Reivindicar a mudança:
comunicação popular, comunitária
e cidadania na América Latina

Claiming change: popular,
community and citizenship
communication in Latin America

Washington Uranga / Sandra Meléndez-Labrador (COMPILADORES)



**Reivindicar el cambio:
comunicación popular,
comunitaria y ciudadanía
en América Latina**

**Reivindicar a mudança:
comunicação popular, comunitária
e cidadania na América Latina**

**Claiming change: popular, community and
citizenship communication in Latin America**

WASHINGTON URANGA, SANDRA MELÉNDEZ-LABRADOR
(COMPILADORES)



Reivindicar el cambio : comunicación popular, comunitaria y ciudadanía en América Latina / Cicilia M. Krohling Peruzzo ... [et al.] ; compilación de Washington Uranga ; Sandra Meléndez-Labrador. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Huvaití Ediciones, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga

ISBN 978-987-48620-2-0

1. Comunicación. 2. Ciudadanía. I. Krohling Peruzzo, Cicilia M. II. Uranga, Washington, comp. III. Meléndez-Labrador, Sandra, comp.
CDD 302.2

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

Ana Uranga B.

1° edición, 2022

© ALAIC

© Huvaití Ediciones

ISBN: 978-987-48620-2-0

Queda prohibida la reproducción total o parcial de la obra sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Reservados todos los derechos.

Hecho el depósito que marca la Ley 11.723

Agosto 2022

Índice

Prólogo	9
Tanius Karam	
I. EPISTEMOLÓGICO Y CONCEPTUAL	19
1. Matrices epistemológicas da comunicação popular	
Cicilia M. Krohling Peruzzo (Brasil)	21
2. Los territorios comunicacionales y los mapas ciudadanos. Una mirada sobre la Comunicación Comunitaria hoy	
Martín Martínez Puga, Lucía Olivari Condenanza (Uruguay)	41
3. Comunicador Popular na América Latina: atores que fazem as pontes	
Nivea Canalli Bona (Brasil)	59
4. Midiatização Latina: uma perspectiva crítica sobre os impactos sociais da comunicação digital no cenário popular, comunitário e cidadão	
Patrícia Gonçalves Saldanha (Brasil)	79
5. Investigación educativa y comunicación popular: reflexiones desde la interculturalidad crítica latinoamericana	
Víctor A. Díaz Esteves (Chile) y Paola A. Vargas Moreno (México)	97
II. HISTÓRICO Y COYUNTURAL	121
6. A sustentabilidade nas políticas públicas para o audiovisual comunitario	
Adilson Vaz Cabral Filho (Brasil)	123

7. A comunicação popular e comunitária face à pandemia e às mudanças climáticas Ana Cristina Suzina (Brasil – Reino Unido)	137
8. Entender la altercomunicación en contextos de transicionalidad conflicto/paz en Colombia Andrés Felipe Ortiz Gordillo (Colombia)	155
9. FM Pachakuti. Una década de comunicación kolla en la puna argentina Emilse Siares (Argentina)	173
10. INCUPO: Comunicación comunitaria y educación popular desde fines de los '60 María Cecilia Telleria (Argentina)	191
11. Museos comunitarios en Latinoamérica y Argentina: historias, presente y futuro Mirta Amati y Cecilia Vilalta (Argentina)	209
12. Narrativa paralímpica latinoamericana ¿un proyecto identitario y mediático en construcción? Sandra Meléndez-Labrador (Colombia)	229
III. MEDIÁTICO Y MEDIATIZADO	249
13. Experiencias y regulaciones estatales de radios escolares del Litoral Argentino Diego Bogarin y Lucía Marioni (Argentina)	251
14. Ilusão e realidade da participação e interação na web radio Esmeralda Villegas Uribe (Colombia)	271
15. Ver cine con otras y otros: la imagen cinematográfica en diálogo. Experiencia comunitaria en Medellín, Colombia. Juan David Parra Orozco (Colombia)	293

16. Estrategia de formación transmedia para la radio comunitaria de Colombia	
Marisol Mesa Galicia, Juan Andrés Romero Prada, Yeison Camilo Conde González (Colombia)	317
17. Potencialidad del espacio público proletario / contra hegemónico en los intersticios del espacio público burgués: producción y circulación de contenidos de comunicación comunitaria	
Nidia Cristina Abatedaga, Santiago Bonacci y María Ordoñez (Argentina)	345
Quienes escriben	367

GT 8: Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía

Una de las tradiciones más sentidas e importantes de la comunicología latinoamericana ha sido la tradición popular, alternativa, comunitaria y ciudadana. Conforme las tecnologías audiovisuales se desarrollaron y sobrevinieron la industria, el consumo masivo, la relación con los poderes en turno, en la región se fueron desarrollando experiencias de uso de los medios con un fuerte contenido social, comunitario, político que se agrupaba en la idea de *otra comunicación* respecto al modelo industrial de la comunicación masiva, y que la teoría de la comunicación en los años sesenta y setenta claramente diferenció en sus usos y apropiaciones.

Desde los años cuarenta del siglo pasado, primero con los medios impresos y la radio, luego los audiovisuales y particularmente el video independiente, se dieron una serie de experiencias luego agrupadas en la etiqueta de “comunicación popular y alternativa”, concepto no siempre problematizado, deudor de la Guerra Fría pero sobre todo subordinado a luchas sociales de reivindicación que generaron casos de apropiación y manejo de medios de comunicación, a través de las cuales actores sociales específicos las adaptaron a sus necesidades y con ello generaron experiencias muy significativas con un nuevo sentido de vínculo entre productores, receptores, medio y comunidad.

Un primer elemento que se desprendía de estas prácticas fue resignificar al actor de la comunicación y no verlo como industria, locutor o conductor en el sentido que este término tenía para los medios masivos tradicionales. Vieja aspiración de la comunicación latinoamericana ha sido ver a grupos sociales (pueblo, mujeres, madres, sindicatos, comunidades religiosas, etc.) como actores de su propia comunicación, dueños de sus medios, creadores de sus propias narrativas y

no de aquellas dictadas por las empresas privadas o los corporativos transnacionales que sí satisfacen necesidades de información y entretenimiento, pero desde una perspectiva lejana a la vida, dinámica de las audiencias masivas. En la perspectiva “alternativa” el actor ha sido concebido como alguien participativo, con capacidad de confrontación y de reflexión sobre su propia realidad, como alguien que también puede crear y ser artífice de información específica que le permita sobre todo conocer y transformar su entorno. Ello supone que el medio no es solo un proveedor de signos, sino una instancia de mediación que tiene una relación más diversa con quienes lo usan, y que tendría que convertirse en una extensión de esas preocupaciones sociales, culturales, políticas que los grupos y las comunidades tienen.

Junto a las nuevas teorías del actor popular, comunitario se impone también un debate sobre las implicaciones semiótica, socioculturales de lo que significa en el contexto popular y ciudadano, un medio. Los viejos teóricos funcionalistas discurren sobre la diferencia entre “medio” y “canal”, pero más allá de esta diferencia instrumental, lo que cuenta aquí es la implicación conceptual y práctica del alcance que ese medio puede tener (corto, mediano y largo alcances), del nivel de especialidad y de su materialidad (gráfica, sonora, visual). Aparte de los medios eléctricos, la comunidad puede ampliar el concepto de medio y ver también en el papel, el micrófono, la danza o el teatro como dispositivos para transmitir información y cambiar la realidad, que supone atender también no solo las tecnologías audiovisuales, sino los micro y meso medios en sus posibilidades transformadoras. En correspondencia a este nuevo concepto del medio, el lugar de consumo puede cambiar: la comunicación no se da solamente en la sala de estar doméstica, en los auriculares privados o en la sala comercial del cine sino va a la parroquia, al sindicato, a la escuela, a la organización barrial donde se puede vivir la comunicación de manera más integral, participativa y estrecha a la vida y necesidades de las personas por encima solo de la información y entretenimiento. Desde esta concepción, el medio es aquello que puede ayudar a resignificar la vida cotidiana y

dar una nueva densidad a los procesos sociales, facilita la interacción de grupos sociales a distintos niveles y puede dotar de un nuevo poder a las comunidades en su relación con las instituciones públicas.

Esta comunicación alternativa, como ha sido ampliamente estudiada a lo largo de estos años por el GT8 de ALAIC dio un fuerte peso a la dimensión educativa, estética y política de una comunicación por la justicia, el desarrollo y el cambio social. A diferencia del uso centralmente informativo y de ocio de los grandes medios, los medios comunitarios y ciudadanos extendieron el umbral de usos y funciones de la comunicación para lograr una mayor articulación con la realidad social y vida de sus actores. Si bien muchos centros de estudio de la comunicación que surgieron en la región a partir de los años cincuenta del siglo pasado lo hacían por contagio al modelo dominante, no pasó mucho tiempo para que la academia observara estas nuevas formas gremiales, grupales y su inserción en las luchas sociales y políticas que se intensificaron en la región en esas décadas. Tras el estudio de la comunicación alternativa se desplegó la posibilidad estratégica de pensar e imaginar “otro” mundo, “otro” sistema de relaciones sociales que pasa por la mediación comunicativa en un sentido integral, por ello, aunque hay un componente político inequívoco en su concepción no se reduce a esta dimensión. Había también una idea de integralidad, de ver a la comunicación no solo circunscrita a la producción-consumo de mensajes masivos, y concebir la relación de la comunicación social con otros niveles de la comunicación humana.

Hace muchos años el famoso divulgador de las teorías de comunicación que, aunque de origen belga muy arraigado en la comunicación latinoamericana, Armand Mattelart imaginaba el cambio social de forma análoga a la lucha político-económica preconizada por el marxismo latinoamericano de los años setenta. Así como en el cambio de producción era importante la modificación en la propiedad de los medios de producción, no menos importante era que también cambiara la propiedad de los medios de información; es decir, una parte fundamental de esa lucha de clases era también la conquista por la comunicación.

La tradición de la comunicación alternativa ofreció la posibilidad de pensar que la propiedad de estas tecnologías pudiera pasar a sus usuarios o al menos a modelos mixtos de participación entre un Estado más democrático y unas comunidades comunicativamente más participativas. La perspectiva popular y comunitaria ha cambiado mucho en las últimas décadas, tal vez no en sus valores y objetivos fundamentales (democracia, justicia social, equidad, participación, educación, cambio social), pero sí en muchas de sus mediaciones conceptuales debido a la presencia de lo digital, interactivo y multimedial en las nuevas prácticas de la comunicación. Tras la “década perdida” de los años ochenta en materia económica, el arribo a la democracia de los años noventa, la revolución digital del siglo XXI las prácticas de comunicación popular y alternativa cambiaron y fueron demandando nuevas interpretaciones a los hitos de esta tradición popular y comunitaria que este libro también explora.

Al hilo de lo anterior, uno de los aspectos sobre los cuales este libro reflexiona son las implicaciones que los medios socio-digitales e interactivos están teniendo en la idea de lo popular, barrial, comunitario y alternativo. Con la popularización del internet a partir de los años noventa, sobrevino la necesidad de una revisión respecto a lo que había sido el movimiento de la comunicación popular y alternativa, así sin dejar de reconocer los objetivos de esta tradición en América Latina ha sido necesario revisar algunos conceptos básicos (actor, medio, representación, etc.) a la luz de los componentes de estos nuevos medios como son su carácter interactivo, digital, multimodal y reticular.

¿De qué manera estos nuevos medios potencian o interpelan las prácticas de comunicación popular, comunitaria y ciudadana?, ¿cómo afecta lo virtual las relaciones comunitarias donde el nivel cara-cara es tradicionalmente muy importante?, ¿qué posibilidades creativas se despliegan para los colectivos, los barrios y las comunidades las nuevas mediaciones digitales?, ¿qué retos hay en políticas públicas para los Estados un tipo de ciudadanía más digitalizada?, ¿cómo entender la comunicación popular en entorno urbanos más complejos y

multiculturales?, éstas y otras preguntas son objeto de reflexión en el actual ejemplar que sobra decir se hace necesario en la tercera década del siglo XXI, porque una mirada improductiva pudiera analizar a la comunicación alternativa con los mismos ojos de hace 50 años, cuando esta realidad se ha transformado en muchas de sus expresiones.

Un tema teórico fundamental de la tradición popular y alternativa es la adjetivación que usamos para definir el tipo de comunicación que implica decir “ciudadano” o “comunitario”. Cada uno de estos conceptos guarda estrechas relaciones semánticas entre sí y si bien son términos parecidos dista de ser sinónimos perfectos y pueden tener inflexiones de sentido muy diversas a la hora de explicar algunos fenómenos. Al mismo tiempo usar el término “popular” o “alternativo” puede representar relaciones distintas con otros conceptos centrales en esta tradición como son “cambio social”, “desarrollo social”, “comunicación para la paz”, “comunicación política”, “educación popular”, “comunicación crítica”.

Dos ejemplos de cómo el debate por la comunicación alternativa es vigente lo ejemplifican aparte del presente ejemplar el reciente texto editado por Paulino, G. Kaplun, M. V. Mariño, L. Custodio (Cf. *Tradiciones de investigación en diálogo. Estudios sobre comunicación en América Latina y Europa*, 2020) quienes intentan un diálogo de tradiciones críticas en las dos orillas del Océano Atlántico; académicos latinoamericanos y europeos debaten sobre los nuevos paradigmas de la comunicación y en esa discusión dedican un apartado a lo que llaman “alternativismo” como un campo de reflexión y un subtipo de *episteme* para pensar a la comunicación hoy día no solo en América Latina. Un segundo caso que nos habla de esta vigencia y preocupación internacional de la comunicación alternativa es el volumen editado desde Inglaterra por Ana Cristina Suzina (*The Evolution of Popular Communication in Latin America*, 2021) quien también participa en este libro junto con otros autores que lo hacen en la antología inglesa y en el ejemplar que el lector tiene en sus manos (o está mirando en su dispositivo de lectura cabría también señalar). Nuevamente tenemos

la oportunidad de actualizar la tradición alternativa, popular y comunitaria, que aunque no sea propiedad exclusiva de América Latina, no resulta exagerado conceder a esta región del mundo un particular protagonismo al grado que la idea de “comunicación” y “alternativo” quede asociado a América Latina como si fueran una misma cosa por la fuerte aspiración que hay en la región los valores que históricamente ha buscado esa “otra comunicación”.

El actual ejemplar compilado y organizado desde los liderazgos que han tenido en el GT8 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) Washington Uranga y Sandra Meléndez-Labrador ofrecen un recorrido en muchas direcciones: tanto teórico como de reflexión, a nivel general y de experiencias particulares, de asuntos políticos, pero también estéticos y educativos. La diversidad de textos que tenemos nos ofrece la posibilidad de ver cómo lo alternativo y popular puede ser estudiado en la sociedad informacional actual desde muchos enfoques como el de las políticas públicas, el análisis histórico o la fenomenología social de algunos actores particulares.

Dentro del nivel teórico encontramos el trabajo de Marrugo que relaciona a la comunicación alternativa, subalterna bajo una perspectiva decolonial que ha ido ganando aceptación e interés en espacios más amplios de la comunicación académica y científica. Para ello toma sobre todo el tema de los movimientos sociales feministas que adjetiva como “decolonial”. También a nivel teórico encontramos la contribución de quien ha sido una de las principales referencias para pensar esta tradición, Cicilia Krohling Peruzzo quien tiene una larga trayectoria discutiendo las matrices teóricas que se anudan y desanudan en los distintos problemas de la alter-comunicación, los alter-comunicadores y la manera en que este tipo de comunicación sobrelleva las tensiones con las imposiciones exteriores de situaciones violentas; la autora también aclara cómo no se puede tener una sola definición de comunicación alternativa la cual va a generar especificidades de acuerdo a los contextos singulares de sus prácticas.

Históricamente uno de los principales anclajes de lo “popular” y “alternativo” fue lo político, lo estético y lo educativo; hoy se suman nuevas demandas y reivindicaciones fundamentales como los derechos humanos, la salud, lo medioambiental y otros asuntos que son objeto de preocupación como la violencia, la corrupción, la migración, entre otros. Por ejemplo, Adilson Vaz Cabral reflexiona sobre la sustentabilidad en la formulación de políticas públicas con relación al uso comunitario de lo audiovisual. O el texto de Amati, Vilalta que llevan la reflexión al campo de los museos comunitarios, espacios todos éstos que enriquecen el objeto de lo alternativo y popular.

Habíamos comentado que una de las tareas teóricas de este libro es reflexionar sobre lo que implica el uso del término “popular”, “alternativo”, etc. En ese sentido la antología ejemplifica en su diversidad temática no siempre tan presente en estudios clásicos sobre comunicación popular y alternativa centrados en la dimensión política de los procesos sociales. Sin perder de vista esta dimensión varios textos de esta antología suman esquemas de interés, como el estudio de las emociones en las radios comunitarias de Chile, la relación de la comunicación comunitaria con la sustentabilidad y las políticas en el espacio comunitario brasileño o el estudio legal de algunas radios escolares en Argentina, por mencionar solamente algunos casos. Pero la antología nos muestra temáticas completamente emergentes que se acogen al umbral de la comunicación alternativa como el trabajo Sandra Meléndez, vicecoordinadora del GT8 de ALAIC, sobre el Observatorio Latinoamericano de Discapacidad y Comunicación OBLADIC y sus discusiones en la narrativa paralímpica para cubrir los primeros juegos de este tipo durante las olimpiadas de Río de Janeiro en 2016.

Un tema interesante en la discusión por este otro tipo de comunicación es el papel de las nuevas tecnologías. Justo la tradición histórica de los usos de comunicación popular tomaron una cierta distancia, cuando no desconfianza de las tecnologías más convencionales; por ello cuando se populariza la tecnología, se difunden las aplicaciones de usos tecnológicos, muchas experiencias a lo largo del continente encontraron

un área de oportunidad para lograr sus objetivos estratégicos y favorecer un proceso más amplio de apropiación de grupos sociales sin pleno acceso a herramientas tecnológicas para construir sus mensajes. El trabajo de Villegas en ese sentido debate el tema de la participación e interacción en la radio web. Este debate ofrece la posibilidad de discutir un tema que históricamente le ha interesado a la tradición popular y alternativa, que es la dialéctica de la interactividad. Antonio Pasqualli veía en ese sentido una de las contribuciones más importantes de las nuevas tecnologías en sus posibilidades reales de simetría comunicativa y ética dialógica. Pero ya hemos dicho también que la “otra” comunicación no es solamente un tema de medios o canales, sino antes que nada de una epistemología alternativa, que ahora con Sousa Santos y otros más pudiéramos llamar “epistemologías del sur”, es decir, emancipadora, libertaria, de resistencia, sostenible y sobre todo vital.

Una de las tareas que históricamente le ha preocupado tanto a académicos como activistas sociales es documentar y analizar sobre las experiencias de comunicación alternativa. En ese sentido en la antología podemos encontrar dos trabajos. El de Tellería (*INCUPO: Comunicación comunitaria y educación popular desde fines de los '60*) hace un análisis de un colectivo histórico y que a lo largo de su medio siglo de historia ha enfrentado muy distintas situaciones. Y también el texto de Siales (*FM Pachakuti. Una década de comunicación kolla en la puna argentina*) que analiza una experiencia más reciente que tienen poco más de 10 años. Ambos analizan y nos permiten ver los desafíos, la manera como los actores de la comunicación los afrontan, y las tensiones con el siempre complejo contexto que les toca enfrentar. Estos dos trabajos son parte de un subconjunto que abordan una preocupación histórica de los estudios de comunicación alternativa respecto al recuento y análisis de experiencias, como una forma de comprender a la comunicación no por lo que los académicos decimos que es o pudiera ser, sino porque lo que las comunidades hacen con los medios y cómo ellos transforman su cotidianidad a través de los usos de la comunicación.

Finalmente cabe subrayar un eje que no puede faltar en cualquier reflexión sobre la tradición que nos ocupa, y es la relación con la educación. Ésta sin duda ha sido otra preocupación histórica de la comunicación alternativa, porque en una región del mundo donde los rezagos sociales siguen siendo grandes, persisten formas de analfabetismo básico y todavía franjas de la población que lo desean no pueden acceder a la escuela, la educación se convierte en una de las aspiraciones sociales, culturales y políticas más importantes de nuestra región y no solamente no desde el punto de vista técnico o instrumental tradicional, sino desde una educación problematizadora como todos los aprendimos del pensamiento de Paulo Freire. En este sentido cabe subrayar los trabajos de Bogari y Marioni (Experiencias y regulaciones de radios escolares...) o Díaz (Investigación en educación y comunicación popular...) que ofrecen botones de muestra para esa diada casi consustancial que ha sido a la comunicación alternativa y la educación.

Por todo lo anterior el lector cuenta con un recurso fundamental para discutir, pensar y reflexionar una agenda amplia en torno a la tradición alternativa de la comunicación. Este tipo de antologías son necesarias porque permiten actualizar una tradición fundante de la comunicología latinoamericana y una aspiración muy sentida que ha habido en el campo académico latinoamericano que comprende que sin incidir en la realidad social, no hay actividad educativa que valga. Confiamos el texto será un eslabón más de un diálogo permanente que lo autores han impulsado desde su coordinación en el GT8 de ALAIC y al cual, cualquier lector tiene la posibilidad de sumarse. Enhorabuena a los compiladores y a los autores participantes y también cabe pensar que el lector interesado en estos temas tendrá motivo de incrementar sus referentes y actualizar sus discusiones sobre este horizonte de discusión que tan importante ha sido para la investigación y divulgación del conocimiento comunicativo en América Latina.

Tanius Karam
DIRECTOR CIENTÍFICO ALAIC

I. Epistemológico y conceptual

Matrizes epistemológicas da comunicação popular

Matrices epistemológicas de la comunicación popular

The epistemological matrices of the popular
communication

CICILIA M. KROHLING PERUZZO

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO E
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO (BRASIL)

Resumo: Discussão sobre as bases epistemológicas que deram origem aos conceitos de Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa na América Latina, a partir da segunda metade do século passado. O objetivo é identificar os pressupostos epistemológicos que nortearam a concepção teórica dessa subárea da Comunicação. O estudo se baseia em pesquisa bibliográfica e em observação assistemática de iniciativas de comunicação desenvolvidas por movimentos e organizações sociais e coletivos populares. Conclui-se que as matrizes teóricas dessa comunicação apontam para uma posição epistêmica, enquanto sistema de pensamento, voltada à transformação social das estruturas injustas, sejam elas as econômicas e políticas ou aquelas que instituem e reproduzem modos culturais de opressão, além de ser defensora da autonomia e sintonizada com a educação popular informal e não formal voltada a ampliação da cidadania.

Palavras-chave: comunicação popular; epistemologia; participação.

Resumen: Discusión sobre las bases epistemológicas que dieron origen a los conceptos de Comunicación Popular, Comunitaria y Alternativa en América Latina, a partir de la segunda mitad del siglo pasado. El objetivo es identificar los supuestos epistemológicos que

guiaron la concepción teórica de esta subárea de la Comunicación. El estudio se basa en la investigación bibliográfica y en la observación no sistemática de iniciativas de comunicación desarrolladas por movimientos y organizaciones sociales y colectivos populares. Se concluye que las matrices teóricas de esta comunicación apuntan a una posición epistémica, como sistema de pensamiento, orientado a la transformación social de estructuras injustas, ya sean económicas y políticas o que instituyen y reproducen modos culturales de opresión, además de ser defensora de la autonomía y en sintonía con la educación popular informal y no formal orientada a la amplificación de la ciudadanía.

Palabras claves: comunicación popular; epistemología; participación.

Abstract: Discussion about the epistemological bases that gave rise to the concepts of Popular, Community and Alternative Communication in Latin America, from the second half of the last century. The objective is to identify the epistemological assumptions that guided the theoretical conception of this sub-area of Communication. The study is based on bibliographical research and on non-systematic observation of communication initiatives developed by social movements, organizations and popular collectives. We conclude that the theoretical matrix of this communication points to an epistemic position, as a system of thought, which aims at the social transformation of unfair structures, whether economic and political, or those that institute and reproduce cultural modes of oppression, in addition to being a defense of autonomy and in tune with informal and non-formal popular education focused at expanding citizenship.

Key words: popular communication; epistemology; participation.

Introdução

Neste texto discutem-se as bases epistemológicas que deram origem aos conceitos de Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa na América Latina a partir da segunda metade do século passado. O objetivo é identificar os pressupostos epistemológicos que nortearam a concepção teórica dessa subárea da Comunicação Social. Do ponto de vista metodológico, trata-se de pesquisa bibliográfica com abordagem teórica de caráter ensaístico.

A concepção de Comunicação Popular na América Latina é diferente de como seria entendida em países de outros continentes, pois se refere à comunicação que ocorre no contexto de movimentos sociais, comunidades e suas organizações congêneres em lutas emancipatórias.

A expressão Comunicação Popular - ou Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa - é tomada como conceito abrangente, do qual derivam as demais denominações do mesmo universo, como comunicação comunitária, participativa, dialógica, horizontal e alternativa enquanto matizes um tanto distintos que vão se constituindo no percurso histórico gerando algumas especificidades devido aos contextos com suas práticas sociais singulares, além da referência conceitual que serve de inspiração ou fundamento conceitual¹.

1. A categoria comunicação popular

A expressão Comunicação Popular, que também tem sido reportada como Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa, distingue-se como categoria macro para designar os processos comunicacionais desenvolvidos no contexto dos movimentos sociais, comunidades e demais organizações associativas populares sem fins lucrativos nas lutas por melhores condições de existência e por participação política. Nessa acepção, a Comunicação Popular, desde suas origens na

1 Sobre as aproximações e diferenças entre essas denominações ver Peruzzo (2008, 2009).

América Latina, deriva da palavra “povo”, tomando-o como classe subalterna, não no seu todo, mas a partir dos seus segmentos conscientizados². Portanto, a noção de Comunicação Popular na América Latina ao possuir esse significado, distancia-se de noções de popular em países de outros continentes, principalmente os de Língua Inglesa, em que a palavra popular remete à notoriedade ou a algo acessível³. Mas o uso do termo popular, mesmo no referido contexto e como derivado de povo, é também bastante controverso, pois não garante significado uníssono, até porque “povo” pode ser interpretado de modos distintos (Wanderley, 1979), além de o adjetivo “popular” acoplado à comunicação comportar diferentes noções, como de “popular massivo” e “popular folclórico”, além do “popular alternativo” (Peruzzo, 2004). Acrescenta-se que os “populares” massivo e folclórico podem ter faces de resistência popular dependendo dos atores e do momento histórico.

O `popular` não está contido em conjuntos de elementos que bastaria identificar, repertoriar e descrever. Ele qualifica, antes de mais nada, um tipo de relação, um modo de utilizar objetos ou normas que circulam na sociedade, mas que são recebidos, compreendidos e manipulados de diversas maneiras (Chartier, 1995, p.184).

Como explica, González (2016, p.74), o adjetivo “popular” não é imputável a qualquer fenômeno simbólico oriundo da população, pois, “o popular de um fenômeno deve se estudar como um fato social com uma específica historicidade, posto que a noção povo = classes subalternas

2 Essa noção de “povo” tem a ver com uma visão presente nos movimentos sociais dos anos 1970 e 1980 no Brasil que incorporam ensinamentos de Paulo Freire quanto à necessidade de conscientização das “massas” e do diálogo. Entre seus registros, Freire (1981, p.120) relata a politização de um ex-analfabeto de Angicos (CE) nos anos 1960, que em discurso diante do então Presidente da República João Goulart (1961-1964), disse “que não era massa, mas povo”, pois já sabia ler palavras e a realidade.

3 Esses sentidos são comuns também na Língua Portuguesa, além de poder ser entendido como algo afamado, popularesco, vulgar ou simplório, o que não tem nada a ver com a noção de popular nos movimentos sociais.

é uma variável histórica e não natural. Por isso, o que em uma época foi popular, bem poderia em outra não ser”.

Desse modo, se o popular remete a uma relação social historicamente determinada, faz todo sentido que a comunicação popular dos anos 1970 e 80 tivesse o caráter classista que teve, pois foi um momento histórico de resistência das classes populares e de “combate” subjetivo à ordem autoritária estabelecida. Hoje em dia, não existe a união que então se configurava, nem a definição clara de um polo opressor a ser contestado.

A Comunicação Popular representou - e ainda representa - a voz dos setores organizados como contracomunicação em relação aos meios de comunicação convencionais comerciais e público-governamentais, com suas lógicas de mercado voltadas ao lucro ou à política governamental. Ainda mais, quando estes meios estão sob censura em contextos de regimes autoritários, como foi, por exemplo, durante as ditaduras militares na América Latina, que deixaram de existir apenas nas últimas décadas do século XX.

Com a redemocratização da sociedade brasileira e o surgimento de novas configurações das tecnologias de comunicação e informação, da práxis da Comunicação Popular emanam vertentes comunicacionais que geram iniciativas distintas (Peruzzo, 2008, 2009), em especial, nos âmbitos do comunitário⁴ e do alternativo. Contudo, nas diferenças também há congruências entre distintas iniciativas quando revelam ter em comum a busca por mudança nas realidades opressoras da condição humana, impedoras da liberdade de expressão dos setores organizados das classes subalternizadas alijados dos meios de comunicação social.

4 A comunicação comunitária ganha um brio próprio ao derivar das lutas populares e ampliar seu raio de ação, principalmente, por meio das rádios comunitárias, num primeiro momento funcionando como rádios livres, pelo menos no Brasil, pois não tinham autorização para funcionar, e mais tarde legalizadas diante da conquista da lei de radiodifusão de baixa potência (Lei 9.612/1998).

A Comunicação Popular, como categoria conceitual macro faz jus à sua historicidade, porque na América Latina o fenômeno nasce como comunicação popular, mas foi recebendo distintas denominações como alternativa, participativa, horizontal, dialógica, educativa, comunitária ou contrahegemônica, em conformidade com as bases conceituais de sustentação e as realidades que lhe são constituintes. Essas distintas denominações remetem às práticas sociais historicamente situadas e à fundamentação teórica, com clara influência de Paulo Freire em outros autores latinos do campo da Comunicação como Mário Kaplún, Juan Diaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, Daniel Prietto Castillo, Jesús Martinez Terrero, entre outros, e seus continuadores, e na militância, como indicam as palavras educativo, participativa, horizontal e dialógica. Mas, numa visão de conjunto a comunicação popular, comunitária e alternativa caracteriza a comunicação dos movimentos sociais e comunidades, ou uma “outra comunicação”, como disse Mário Kaplún (1985) já nos anos 1980. É a comunicação do “povo”, tomado pelo ângulo das classes subalternizadas conscientemente organizados, quando adquirem capacidade de discernir sobre suas condições de estar no Mundo (Freire, 1981) e de seus direitos de cidadania (Vieira, 2000, Bobbio, 1992) e se organizam para denunciar, reivindicar, agir concretamente e conquistar respostas às suas demandas tanto em termos de melhor qualidade de vida e respeito aos direitos humanos quanto aos demais direitos de cidadania, incluindo o de participação política.

Nessa perspectiva, essa visão de conjunto se justifica ainda pelo fato de, nas práticas sociais, nem sempre existirem fronteiras rígidas demarcadas entre comunicação popular, comunitária e alternativa em razão das interfaces existentes, pois, mesmo sendo denominada de comunitária ou de alternativa pode carregar características do popular enquanto categoria abrangente. A exceção é a mídia alternativa recente, que há umas três décadas vem assumindo características mais específicas⁵, em especial ao manifestar-se como segmento da *imprensa* alternativa. Mas, convém

5 Ver Peruzzo (2009)

não esquecer que o aparecimento da *comunicação* alternativa, no bojo do conceito amplo de Comunicação Popular, se deve à evidência da presença, desde os anos 1970, de formas alternativas de comunicação tais como o teatro popular, a poesia, o disco, o autofalante, os audiovisuais (programas de rádio, TV de Rua, vídeo documentário), os pequenos jornais alternativos e fanzines no âmbito dos movimentos populares e associações comunitárias, portanto, confluentes à comunicação popular.

2. As matrizes epistemológicas da comunicação popular

O ponto de partida para identificar as matrizes epistemológicas da Comunicação Popular, no recorte temporal feito para este estudo, é sua origem histórica. Em alguns países da América Latina, especificamente, no Brasil as ditaduras militares foram marcos históricos que funcionaram como “divisor de água”, pois houve uma ruptura radical das formas de organização sócio comunitárias e de participação política democrática. Houve a instituição da censura aos meios de comunicação e de formas de opressão, vigilância, controle e punição aos insurgentes - com prisão, morte ou exílio, sobre os modos de se viver na sociedade, o que perdurou no caso do Brasil de 1964 a 1985.

Desse modo, a Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa dessa época foi configurada publicamente no final da década de 1970, ainda antes do fim da ditadura, em seu período de “abertura política lenta, gradual e segura” permitida no governo do General Ernesto Geisel (1974-1979) e continuada pelos sucessores. É nesse contexto que se origina a Comunicação Popular desse novo tempo, o que não significa que não existia antes⁶. Ela surge no contexto da (re)constituição de

6 O recorte deste texto refere-se ao período pós ruptura institucional com a instauração do Estado autoritário da ditadura militar. Mas, a comunicação de segmentos populares organizados existiu em abundância no contexto das reformas reclamadas pela sociedade ainda no Governo João Goulart, e mesmo antes deste. Que o diga o Movimento de Educação de Base (MEB), criado em 1961(Wanderley, 1984), e a imprensa operária anarquista (Ferreira, 1988) ainda nas primeiras décadas no século XX.

formas de conscientização-organização-ação de movimentos populares e organizações congêneres nos anos de 1970 e 1980, no Brasil e na América Latina, e seguem se recriando nos anos subsequentes (Festa, 1986; Peruzzo, 2004). Estes criam formas alternativas de comunicação que funcionam como canais de informação, meios de expressão, além da comunicação direta face a face e grupal, importantes na coordenação de ações e em todo o processo de lutas por direitos de cidadania, então total ou parcialmente negados. Essa comunicação “não se caracteriza como um tipo qualquer de mídia, mas como um processo de comunicação que emerge da ação dos grupos populares. Essa ação tem caráter mobilizador coletivo na figura dos movimentos e organizações populares, que perpassa e é perpassada por canais próprios de comunicação” (Peruzzo, 2008, p.2).

Do ponto de vista conceitual, a comunicação popular enfatizada neste texto foi definida “como comunicação do povo oprimido que se expressa e reclama seus direitos conculcados, usando para isso os meios de comunicação que mais ajudem a sua libertação” (Martinez Terrero, apud Gomes, 1990, p.43). Ela exerce “uma função contrária à da comunicação burguesa. Neste caso, seria desideologizante, libertadora, conscientizadora, mobilizadora, como uma função que parte da ideia de ‘dar a palavra ao povo’” (Martinez Prado, apud Gomes, 1990, p.43).

Mário Kaplún (1985, p.7), também se referiu ao fenômeno da comunicação popular e alternativa como “uma comunicação libertadora, transformadora, que tem o povo como gerador e protagonista”.

Em pesquisa realizada no fim dos anos 1980 e começo dos 90 (Peruzzo, 2004, p.148), constatou-se que a comunicação popular se valia, sobretudo, de meios simples e de baixo custo, tais como os meios grupais, impressos, visuais, sonoros e audiovisuais: festas, celebrações religiosas, teatro popular, música, poesia, jornalzinho, boletim, mural, panfleto, cartilha, folheto, cartaz, faixas, camisetas, fotografias, filme, sequências sonorizadas de slides, discos [vinil, inicialmente, e mais tarde DVD], alto-falantes, carro de som, programas radiofônicos, troças carnavalescas, etc.

No decorrer do tempo, foram sendo gradativamente incorporados novos suportes tecnológicos ao alcance dos movimentos sociais populares e organizações sem fins lucrativos, segundo cada conjuntura, legislação, recursos econômicos, parcerias e capacidade de empoderamento tecnológico. Hoje em dia é crescente o uso das tecnologias digitais, como aplicativos e os canais audiovisuais na mídia social digital na Internet (Youtube, Spotify, Vimeo, Instagram, Facebook, Telegram, Twitter etc.), a criação de redes sociais digitais através de perfis próprios nestas mídias, além da criação e/ou uso de aplicativos, a exemplo do WhatsApp⁷, na formação de redes. Há uma convivência entre a comunicação face a face e o uso de tecnologias – artesanais, eletromagnéticas e digitais, antigas e modernas, pois existe a questão de adequação ao contexto, em termos de condições e necessidades de comunicação dos emissores e receptores, além das expertises e recursos financeiros existentes para empoderamento das tecnologias. Entretanto, a incorporação das tecnologias digitais é crescente, o que representa, inclusive, um rearranjo e a possibilidade de incremento da comunicação popular, comunitária e alternativa.

Em pesquisa empírica recente realizada nas cinco regiões do Brasil, Suzina (2018, p. 263), constatou a continuidade do uso de tecnologias baratas e rudimentares, mas “a prevalência de plataformas analógicas [ocorre] em meio a uma presença crescente das plataformas digitais”. Por outro lado, ela ressalta também que as condições precárias limitam concretamente a capacidade de ação dos atores sociais que desenvolvem a mídia, mas a “escolha da tecnologia rudimentar não indica necessariamente sua fraqueza” (Suzina, 2018, p.264), pois o que determina o tipo de tecnologia, por exemplo, se é um sistema de alto-falantes, uma rádio FM ou uma webradio, são as necessidades reais da comunidade e o contexto, ou seja, as condições de acesso às tecnologias, e de recursos humanos, financeiros e operacionais, além da visão que se tem da práxis comunicacional.

7 Ver Peruzzo (2018)

Os conceitos formulados sobre um fenômeno social têm íntima relação com os pressupostos epistemológicos aos quais se alinham, pois remetem à sua natureza e às concepções de mundo que os orientam.

A epistemologia toma a ciência como objeto de estudo para entender sua natureza, seus princípios ontológicos, hipóteses e resultados. Nas palavras de Mário Bunge ([1980], 2002: 21), “a epistemologia, ou filosofia da ciência, é o ramo da filosofia que estuda a investigação científica e seu produto, o conhecimento científico”. Portanto, a epistemologia é a “ciências das ciências” (Bunge [1980], 2002, p.17). Em outros termos, para Blanché (apud Santos, 1989, p.19), a epistemologia é uma “reflexão de segundo grau sobre a ciência, uma metaciência [...]”. Desse modo, não se emprega aqui o termo epistemologia como sinônimo de teoria, pois epistemologia se refere ao entendimento mais profundo do processo de geração de conhecimento e das próprias teorias que o fundamenta – se preocupando inclusive com o percurso metodológico – ou seja, a busca da natureza da investigação científica, de suas bases epistêmicas.

Com base nesse entendimento, é que se tenta estabelecer neste texto quais são as matrizes epistemológicas da Comunicação Popular enquanto fenômeno comunicacional protagonizado pelos movimentos sociais desde suas formas autônomas de organização e ação social. Então pergunta-se: quais são suas matrizes ou os princípios ontológicos que orientam sua base conceitual que, por sua vez, estão em estreita relação com sua práxis? Essas matrizes, salvo melhor análise, podem ser percebidas nas dimensões aninhadas na práxis da Comunicação Popular, a seguir discutidas.

a) Visão humanística

Desde suas origens a Comunicação Popular parte das premissas de que o ser humano é portador de direitos e capaz de ser sujeito da história, portanto, também protagonista de seus meios de comunicação. Por um lado, todas as lutas populares das quais a comunicação popular é parte constituinte (ajuda a constituir) e constitutiva (é constituída por

elas) carregam a noção de direitos humanos - segundo os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, e de cidadania - de acordo com as leis do país, nos quais as pessoas são portadoras de direitos e requerem o respeito. Portanto, o grito pelo respeito à igualdade, pela não discriminação, por liberdade de expressão e o direito de participação política e de livre associação permeiam as lutas dos movimentos sociais populares de caráter cívico no continente latino-americano. Por outro lado, a premissa do ser humano como capaz de tornar-se protagonista das mudanças sociais requeridas, a partir de um processo de conscientização e organização de base, mesmo num contexto de opressão política e crescente desigualdade social, fez parte de todo um movimento histórico desde as últimas décadas do século passado.

Do ponto de vista teórico, há a contribuição de Paulo Freire e de muitos outros pensadores humanistas, marxistas e de outras correntes filosóficas (Karl Marx, Antonio Gramsci, Karl Jaspers, Immanuel Kant, Martin Buber, Simon Rodriguez, Amartya Sen, Mário Kaplún, Juan Diaz Bordenave, Carlos Rodrigues Brandão, Orlando Fals Borda, Arturo Escobar, Pedro Demo e tantos outros), nesse tipo de posicionamento e de concepção de mundo que inclui a visão da potencialidade humana para emancipar-se da opressão e ter um desempenho ativo para transformar a realidade em sua volta.

No que se refere especificamente a Freire, a elaboração e difusão de conceitos da educação libertadora em negação à educação bancária, do método de alfabetização de jovens e adultos, da conscientização, do diálogo, do comunicar-se, entre outros aspectos, se constituem como parte dos fundamentos de uma proposta de Comunicação Popular envolvida na mudança da condição de manipulação a que as pessoas estão sujeitas visando o desvendamento do olhar e devolução da palavra ao povo (Freire, 1983), um conceito básico que remete ao direito de comunicar.

Essa visão humanista dos movimentos sociais cívicos articula a noção de direitos de todas as pessoas à premissa da necessidade de

conscientização para se poder alcançá-los, pois pressupõe visão crítica da realidade e mobilização social. Tornar-se sujeito da história para transformar a realidade de modo a eleger o ser humano, a natureza e a vida de todos os seres como centralidade dos modos de viver, é uma conquista coletiva. Como diz Pedro Demo (1988, p.67-69), participação é conquista, e tem como objetivos a autopromoção, a realização da cidadania, a definição das regras do jogo, o controle do poder e a construção da cultura democrática.

Entre avanços e recuos, entre desaparecimentos e nascenças os movimentos sociais e a comunicação popular se alimentam da realidade concreta e da utopia para trilhar caminhos participativos para a progressiva conquista dos direitos de cidadania.

Então, esse tipo de visão de mundo ajuda a alimentar a práxis da comunicação popular na direção de mudança de mentalidade em favor da emancipação humana para se alcançar condições dignas e sustentáveis de existência.

b) Visão progressista transformadora

Na práxis da comunicação popular está subjacente uma visão crítica da realidade, ou seja, se enxerga a sociedade como fundada nas contradições estruturais externadas na pobreza de grande parte da população brasileira e nas desigualdades sociais, culturais, econômicas e políticas entre as classes sociais. Ela se constitui no contexto de movimentos sociais e outras forças progressistas como uma das formas de comunicar, de denunciar, de resistir e de tornar públicas as reivindicações por mudanças (Kaplún, 1985; Festa, 1986; Peruzzo, 2004), e de celebrar as conquistas.

Estes atores parecem respirar ideias de Paulo Freire, pois a criticidade em relação à realidade é algo intrínseco às lutas sociopolíticas nesse universo levando à conscientização. Afinal, como ensina Freire (1979, p. 40), “o homem não pode participar ativamente na história, na sociedade, na transformação da realidade, se não é auxiliado a tomar consciência da realidade

e de sua própria capacidade de transformá-la”. Processo esse que auxilia a postura de não se deixar manipular, pois essa é condição para que a pessoa não perca a condição intrínseca de ser humano, na visão do autor. Nesse sentido, Freire (1979, 1981), exemplifica tentando mostrar que a educação libertadora é primordial nessa passagem no nível de consciência, de ingênua à crítica, ao falar de uma pessoa do Recife que percebeu que ao ser alfabetizada deixava “de ser sombra dos outros” porque aprendeu a escrita e a leitura, não só de palavras, mas do mundo.

A comunicação popular se aloja no ninho dos movimentos sociais populares e organizações congêneres, mas existem muitos outros atores coletivos (sindicatos, universidades, partidos políticos de esquerda, setores de igrejas progressistas, organizações não governamentais, fundações etc.) que igualmente lutaram e lutam em favor de melhor qualidade de vida e de participação política popular na redefinição dos destinos da sociedade. Por exemplo, existiu forte presença nas lutas pela redemocratização, de igrejas, como da Igreja Evangélica tradicional e de segmentos da Igreja Católica, desde a Opção Preferencial pelos Pobres – a marca do Concílio Vaticano II - em especial, das Conferências do Episcopado Latino-Americano de Medellín (1968) e de Puebla (1979)⁸, além da Comissão de Justiça e Paz e das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) atuantes na linha da Teologia da Libertação.

O processo constituinte de 1987/1988, no Brasil, quando houve intenso e abrangente trabalho de base para a elaboração de propostas para a nova Constituição, promulgada em 1988, é um exemplo do resultado de décadas de mobilização social por transformações motivadas por esses tipos de atores. Nesse bojo acontece a conscientização política, pois as lutas são pelo desenvolvimento da cidadania, ou seja, a conquista de direitos civis, sociais, políticos e comunicacionais. Esse caráter de resistência e de reivindicações por mudança dentro da ordem capitalista e das conjunturas políticas possibilitou importantes conquistas à democracia brasileira.

8 Ver Lourenço (2017)

Em suma, a Comunicação Popular faz parte de todo um movimento histórico (Festa, 1986; Peruzzo, 2004; Valim, 2020) que, a partir da leitura crítica da realidade e do inconformismo com as desigualdades e contradições que afetam grandes contingentes populacionais, tem participado de conquistas na busca por mudança da realidade concreta visando melhores condições de participação civil e de acesso aos bens de consumo coletivo, redução das desigualdades e respeito aos direitos humanos e de cidadania.

c) Autonomia

Devido à visão predominante na época do regime militar de que a revelação de qualquer vínculo com partidos políticos de esquerda (banidos pela ditadura) e outros atores progressistas seria motivo de coerção e repressão por parte do Estado, os movimentos sociais populares e demais organizações civis procuravam, inicialmente, deixar explícita a sua autonomia em relação aos partidos políticos e governos (Peruzzo, 2004). As lutas eram por uma causa – a vida humana digna e a democracia política e econômica, e foi em torno dela que os vários atores se uniram.

No tocante à comunicação, essa autonomia transparece na decisão de os movimentos sociais desenvolverem seus próprios meios e formas de comunicar, portanto, desde eles próprios, das comunidades, segundo suas visões e necessidades de comunicação. Para tanto, procuraram a autossustentabilidade, com seus próprios recursos – daí o uso de meios artesanais e de baixos custos, mas também contavam com apoio de organismos de fomento nacionais e internacionais para os programas de intervenção social mais ousados, a exemplo da CESE (Coordenadoria Ecumênica de Serviços), criada por Igrejas cristãs e evangélicas e católica)⁹ e da Misereor (Obra Episcopal da Igreja Católica da Alemanha para a Cooperação ao Desenvolvimento)¹⁰.

9 Ver <https://www.cese.org.br/quem-e-a-cese/a-cese/>

10 Ver <https://www.misereor.org/pt/>

d) Comunicação participativa e dialógica

Coerente com as premissas da visão humanista, o desenvolvimento da ideia da participação ativa, democrática e dialógica passou a fazer parte dos processos de comunicação populares. A Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa teve (e tem) forte inspiração conceitual em Paulo Freire, como já foi dito, mas congrega os estudos e formulações teóricas de vários pensadores e precursores da comunicação participativa Latino-Americana, em geral, seguidores das ideias freireanas, tais como Mário Kaplún, Máximo Simpson Grinberg, Juan Diaz Bordenave, Luis Ramiro Beltrán, José Martinez Terrero, Jorge Merino Utreras, Maria Cristina Mata, Daniel Prieto Castillo, Miquel Azcueta, Fernando Ossandrón, Rosa Maria Alfaro, Eduardo Contreras, Regina Festae a própria autora, entre outros.

Nessa perspectiva, a participação ativa (Merino Utreras, 1979; Peruzzo, 2004; Thornton, Cimadevilla, 2010) das pessoas como emissoras e receptoras é um dos grandes diferenciais dessa subárea da Comunicação. Ela incorpora, ao mesmo tempo, uma didática favorável à educomunicação e uma estratégia para desenvolver o protagonismo popular não só na comunicação comunitária como na sociedade, pois contribui para desenvolver pessoas para a vida. No âmbito da comunicação participativa fala-se da necessidade de “dar voz ao povo” e também “de dar vez”, ou seja, de estabelecer uma comunicação democrática e dialógica, o que quer dizer dar condições para que a comunicação seja realmente feita pelo povo, com o povo e para o povo. Portanto, uma das premissas do protagonismo popular está inscrita na comunicação horizontal (Beltrán, 1981) movida pela participação ativa dos sujeitos em todo o processo de planejar, produzir, difundir e receber conteúdos comunicacionais, resultando numa comunicação realizada de acordo com os interesses e necessidades das comunidades e movimentos sociais em suas dinâmicas de mobilização.

e) Educação para a cidadania

Intrinsecamente ligadas às dimensões anteriores, as práticas comunicativas no contexto das comunidades e movimentos sociais também têm uma dimensão educativa, pois não se constituem em algo isolado, mas interrelacionadas às dinâmicas de educação informal e não formal, favorecendo a educomunicação comunitária (Peruzzo, 1999, 2015). Em outras palavras, o processo comunicacional desenvolvido é altamente educativo, pois ajuda no desenvolvimento do conhecimento, na compreensão do mundo para se agir nele, mostrando as interseções entre Comunicação e Educação. Esse processo contribui na conscientização sobre o poder da informação, da união e da solidariedade. Também contribui para melhorar a autoestima, para despertar o interesse nos estudos da área, como cursar faculdade - de Jornalismo, Letras etc., e para desenvolver a capacidade de liderança e o espírito cívico.

Nas palavras de Mário Kaplún (1985, p.17), os meios de comunicação, nessa perspectiva, são concebidos como “instrumentos para uma educação popular, como alimentadores de um processo educativo transformador” porque as mensagens são produzidas “para que o povo tome consciência de sua realidade” ou “para suscitar uma reflexão”, ou ainda “para gerar uma discussão”. Ela é, ao mesmo tempo, processo, no qual a ação de comunicar-se e de produzir meios de comunicação geram uma dinâmica formativa que transforma a vida das pessoas e altera a condição dos receptores em emissores, tornando-os sujeitos. A educação não se dá apenas pela absorção de mensagens transmitidas, mas no próprio processo de fazer comunicação. No entanto, apesar dessa potencialidade educativa, existe um entendimento bastante generalizado entre as lideranças mais circunscrito ao caráter instrumental da comunicação popular, comunitária e alternativa, ou seja, a visão de sua importância para transmitir informações, conscientizar e mobilizar, o que é verdadeiro, mas a comunicação popular não se resume a instrumento.

As dimensões acima apresentadas não acontecem de forma isolada mas interrelacionadas entre si. São detectáveis nos marcos originários do fenômeno da Comunicação Popular¹¹ nos anos 1970, 80 e 90, mas não terminam neste período. Esses fundamentos epistemológicos, percebidos no conjunto da literatura sobre a mesma, persistem na práxis dos processos comunicativos no contexto dos movimentos sociais populares e comunidades, embora, hoje em dia não possam ser generalizados a todas as expressões comunicacionais ditas populares, comunitárias ou alternativas. Cresceram o número e a natureza dos atores que gestam a comunicação popular e comunitária, bem como a imprensa alternativa e independente, numa realidade que se move e não está livre de distorções e contradições.

Considerações finais

As dimensões epistemológicas discutidas acima constituem-se em sentidos não necessariamente explícitos, nem facilmente detectáveis nas práticas comunicacionais, o que não surpreende, pois referem-se ao caráter epistêmico do fenômeno, cujo desvendamento requer um olhar investigativo anterior às evidências. Concordo com Rolando Garcia (2002, p. 120), ao afirmar que o marco epistêmico “representa um sistema de pensamento, raramente explicitado, que permeia as concepções da época em uma determinada cultura e condiciona o tipo de teorização que surge em diversos campos do conhecimento”.

No cenário dessa “outra comunicação”, conclui-se que suas matrizes teóricas apontam para uma posição epistêmica voltada à transformação social das estruturas injustas, sejam elas as econômicas e políticas ou aquelas que instituem e reproduzem modos culturais de opressão, além de ser defensora da autonomia e sintonizada com a educação popular informal e não formal voltada ao desenvolvimento da cidadania.

11 Como foi dito, há que se considerar ainda que o termo popular não é unísono e, pode não conter em todos os lugares e usos, necessariamente, um sentido emancipatório. Mais um motivo da importância de apanhá-lo no processo em que se realiza.

Referências

- Beltrán, L. R. Adeus a Aristóteles. (1981). *Comunicação & Sociedade: Revista do Programa de Comunicação*. S.B.do Campo, UMESP, n.6, p.5-35. Set.
- Bobbio, N. (1992). *A era dos direitos*. Rio de Janeiro, Campus Editora.
- Bunge, M. ([1980], 2002). *Epistemología*. Curso de actualización. 3.ed. México, Siglo Veintiuno.
- Chartier, R. (1995). Cultura popular: revisitando um conceito historiográfico. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v.8, n. 16, p.179-192. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2005/1144>
- Demo, P. (1988). *Participação é conquista*. São Paulo: Cortez.
- Ferreira, M N. (1988). *Imprensa operária no Brasil*. Porto Alegre/Rio de Janeiro, CECA/CEDAC.
- Festa, R. (1986). Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. En Festa, R.; Silva, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo, Paulinas. p.9-30.
- Freire, P. (1979). *Conscientização*. São Paulo, Cortez.
- Freire, P. (1981). *Educação como prática da liberdade*. 12. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freire, P. (1983). *Extensão ou comunicação?* 7.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Garcia, R. (2002). *O conhecimento em construção*. Porto Alegre, Artmed.
- Gomes, P.G. (1990). *O jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas.
- González, J. A. (2016). *Sociología das culturas subalternas*. Curitiba, Appris.
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL,
- Lourenço, V.H. (2017). A “opção preferencial pelos pobres” como chave hermenêutica da Exortação Apostólica Evangelii Gaudium. *Revista de Cultura Teológica*, São Paulo, PUCSP, a.XV, n.89, jan./jun. Retirado de: <https://revistas.pucsp.br/culturateo/article/view/rct.i89.31591/pdf>
- Martinez Terrero, J. (1988). *Comunicação grupal libertadora*. São Paulo, Paulinas.
- Peruzzo, C.MK. (2004). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3 ed. Petrópolis, Vozes. Disponível em: http://www.4shared.com/office/hIItKg_o/COMUNICAO_NOS_MOVIMENTOS_POPUL.htm

- Peruzzo, C.M.K. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaborações no setor. *Revista Palavra Clave*, Universidad de La Sabana, v.11, 1.2, p.367-379. Disponível em: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1503/1690>.
- Peruzzo, C.M.K. (2009). Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. *Revista Galáxia*, São Paulo, PUC-SP, n. 17, p. 131-146, jun. 2009. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/2108>
- Peruzzo, C.M.K. (2018). Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na web. *Matrizes: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação*. São Paulo, ECA-USP, v.12, n.3, p.77-100, set./dez. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/142473/149821>
- Peruzzo, C.M.K. (2015). Community Communication and Education for Citizenship. *Critical Studies in Media Communication*, Londres, Routledge/Taylor & Francis Group, National Communication Association (NCA), v. 32, no. 3, p. 205-228, ago.
- Santos, B.de S. (1989). *Introdução a uma ciência pós-moderna*. Rio de Janeiro: Gral.
- Suzina, A.C. (2018). *ASYMMETRIC. Popular media initiatives and the issue of political asymmetries in the Brazilian democracy in times of digital disruption*. 452p. Louvain, Université Catholique de Louvain, Doctorale du Domaines des Sciences Politiques et Sociales.
- Thornton, R.D.; Cimadevilla, G. (Orgs.). (2010). *Usos y abusos del participar*. Buenos Aires: Ediciones INTA.
- Valim, A. (2020). *A comunicação popular na construção e preservação da memória das lutas populares no Brasil: décadas 1970/1980*. Rio de Janeiro, NPC /CPV.
- Vieira, L. (2000). *Cidadania e globalização*. Rio de Janeiro, Record.
- Wanderley, L.E. (1979). Apontamentos sobre a educação popular. In: Valle, J. E.; Queiroz, J. (Orgs.) *A cultura do povo*. São Paulo, Cortez, p. 58-79.
- Wanderley, Luiz E. W. (1984). *Educar para transformar. Educação popular, Igreja Católica e política no Movimento de Educação de Base*, Petrópolis: Vozes.

Los territorios comunicacionales y los mapas ciudadanos. Una mirada sobre la Comunicación Comunitaria hoy

Territórios de comunicação e mapas de cidadãos. Um
olhar sobre a Comunicação Comunitária hoje

Communicational territories and citizen maps. A look at
Community Communication today

MARTÍN MARTÍNEZ PUGA

LUCÍA OLIVARI CONDENANZA

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA (URUGUAY)

Resumen: En este texto planteamos una metáfora, una búsqueda conceptual y una herramienta metodológica que denominamos *territorios comunicacionales*. Se trata de un intento por construir una forma de nombrar, comprender y abordar la complejidad del ecosistema comunicacional actual. Se plantea a la comunicación como espacio de disputa situada y, por lo tanto, a lo público como constitutivo de la Comunicación Educativa y Comunitaria. Además, se argumenta que la disputa por lo común y sus múltiples significaciones están inmersas en territorios comunicacionales donde se relacionan de forma constante los ámbitos institucionales, geográficos y mediáticos. Por último, construimos mapas que presentan prácticas comunicacionales que parten de cada uno de los tres ámbitos mencionados y denotan múltiples entres con los otros ámbitos. Por consecuencia se visualizan hibridaciones en las narraciones, en los repertorios de acción y en las formas de organizarnos.

Palabras claves: territorios comunicacionales, ciudadanía, relatos.

Resumo: Neste texto propomos uma metáfora, uma pesquisa conceptual e uma ferramenta metodológica a que chamamos territórios comunicacionais. É uma tentativa de construir uma forma de nomear, compreender e abordar a complexidade do actual ecossistema comunicacional. A comunicação é vista como um espaço de disputa situada e, portanto, o público como constitutivo da Comunicação Educativa e Comunitária. Além disso, argumenta-se que a disputa pelo comum e os seus múltiplos significados estão imersos em territórios comunicacionais onde as esferas institucional, geográfica e mediática estão constantemente relacionadas. Finalmente, construímos mapas que apresentam práticas comunicacionais que partem de cada uma das três esferas acima mencionadas e denotam múltiplas “entradas” com as outras esferas. Como resultado, visualizamos hibridizações nas narrativas, nos reportórios de acção e nas formas de nos organizarmos.

Palavras chave: territórios comunicacionais, cidadania, narrativas.

Abstract: In this text we propose a metaphor, a conceptual search and a methodological tool that we call communicational territories. It is an attempt to build a way of naming, understanding and approaching the complexity of the current communicational ecosystem. Communication is considered as a space of situated dispute and, therefore, the public as a constituent of Educational and Community Communication. Furthermore, it is argued that the dispute for the common and its multiple meanings are immersed in communicational territories where institutional, geographical and media spheres are constantly related. Finally, we constructed maps that present communicational practices that start from each of the three aforementioned spheres and denote multiple “entres” with the other spheres. Consequently, we visualize hybridizations in the narratives, in the repertoires of action and in the ways of organizing ourselves.

Keywords: communicational territories, citizenship, stories.

Lo que aquí llamaremos “territorios comunicacionales” es una metáfora que nos ayuda a nombrar, identificar, ubicar y reconocer prácticas sociales de la comunicación. A su vez, es un concepto y, por lo tanto, una herramienta metodológica que nos brinda elementos para conocer y problematizar comunicacionalmente las prácticas sociales en la actualidad.

Nace a partir de intentar nombrar incomodidades y desafíos provenientes de múltiples espacios de construcción de conocimiento desarrollados desde la Sección Académica Comunicación Educativa y Comunitaria (FIC-UDELAR), y de diversas experiencias profesionales en la sociedad civil organizada.

Desde las concepciones instrumentalistas de guerra y post guerra en Europa y EEUU, a las de transformación social de dictadura y post dictadura en América Latina, la comunicación ha sido definida por las teorías, pero también por los espacios y actores con diferente capacidad de incidencia social. Lejos de ser fragmentos en la historia teórica y social de nuestras sociedades, la comunicación aún se compone de todas estas perspectivas siendo por momentos espacio de resistencia y disputa de poder y, por otros, lenguaje de la sociedad de consumo o herramienta de convencimiento y difusión.

Disputar el enfoque comunicacional desde la perspectiva de lo educativo y lo comunitario es, entre otras cosas, incluir la mayor cantidad de miradas y actores en la construcción de conocimiento participativo y generar las interacciones necesarias para intentar superar desigualdades, al menos las comunicativas.

La Comunicación Educativa y Comunitaria, con sus diferentes énfasis y apellidos (Kaplún, 2007), se fue construyendo a lo largo de la historia con la intencionalidad de transformar las relaciones de poder desde la mirada, la experiencia y los contextos de personas, grupos y movimientos sociales.

Este concepto que proponemos es un intento de construir una herramienta más, entre otras, para abordar desde la Comunicación

Educativa Comunitaria la complejidad del ecosistema comunicacional. Los territorios comunicacionales nacen de preguntarse constantemente: quiénes dicen, qué dicen, cómo dicen y dónde pueden decir en lo público (y cómo este se constituye en esta dinámica).

Es una búsqueda desde dónde comprender o intervenir en procesos de comunicación. Si se entiende a la Comunicación Comunitaria como aquella que parte del otro u otra y su contexto; aquí se invita a seguir esta perspectiva desde la idea multidimensional de los territorios comunicacionales. Es decir, entendemos a la comunicación como espacio de disputa situado y por consecuencia, al espacio de lo público como constitutivo de la perspectiva disciplinar. Es así, que buscamos continuar mirando a ese otro u otra social desde sus relatos y prácticas, que implica mirar qué sucede con ese otro u otra en el espacio de lo público, y mirar el espacio de lo público. desde nuestra disciplina, implica mirar desde la complejidad de la multiplicidad. Pensar desde *los territorios comunicacionales* es una invitación a visualizar tres ámbitos y sus relaciones: el institucional, el mediático y el territorial geográfico.

El ámbito institucional en su doble acepción de lo normativo y las formas organizativas que nos damos como sociedad, genera procesos de comunicación cotidiana donde se instituye lo enunciable y lo prohibido y un orden que organiza la convivencia en un contexto de conflictividad derivada de lo político en su nivel ontológico (Mouffe, 2011). La política institucionalizada busca dominar y regular el conflicto de las relaciones sociales, a partir de procesos de estatización de lo común (Laval y Dardot, 2015) donde se pueden cuestionar las decisiones o legitimaciones, pero difícilmente a los mecanismos a los que se busca acceder o incidir.

El ámbito territorial geográfico es constructor de biografías, es modelo de acción (Crosta, 2003) y de experiencias de aprendizajes de prácticas. Un modelo que se genera en la interacción entre la apropiación y la dominación (Haesbaert, 2005), entre el espacio reglamentado y el espacio practicado (Reguillo, 2021). Lo territorial media las

subjetividades en la interacción entre las formas que habitamos y los diseños del habitar. De esta manera no es exclusivamente escenario de tramas comunicacionales, sino parte de procesos culturales entre códigos, soportes y materiales (Álvarez, 2021).

El ámbito mediático es un espacio central de significación y de organización de sentido (Verón, 1997) y, por lo tanto, mediador en la producción de nociones de ciudadanía. Por ello, desde la noción de ciudadanía comunicativa (Mata, 2006), se afirma que no es posible comprender los repertorios de la contienda política sin considerar la condición de público mediático. En el ecosistema comunicacional actual, lo digital y las redes socio digitales en particular se presentan como un espacio de lo público donde se puede decir, y a su vez, se refuerzan maneras de decir con lógicas privatizadoras de la vida cotidiana. El manejo algorítmico incide en los asuntos públicos, pero también las plataformas digitales permiten una mayor interacción y una articulación del descontento (Reguillo, 2021).

Los ámbitos institucionales, territoriales, geográficos y mediáticos son entornos fundamentales de la construcción pública. Ámbitos en continua interrelación, espacios “entre” diversas interacciones y mediaciones, que denominamos *territorios comunicacionales*.

En definitiva, lo situado nos obliga a desafiar nuestros marcos conceptuales y prácticas profesionales, es una brújula para reconocernos parte de una perspectiva que desde sus bases epistemológicas propone miradas y formas de accionar dinámicas en el campo comunicacional. Los *territorios comunicacionales* buscan incorporar un devenir histórico que ha transformado las dinámicas de lo común y, a su vez, continuar afirmando que es necesario reconocer los múltiples procesos comunicacionales entre el mercado y el Estado para no homogeneizar las prácticas sociales. Es una búsqueda de nombrar de forma situada porque si la perspectiva se sedimenta, podemos incidir de forma cristalizada.

El concepto primero nos propone el *dónde*, *los territorios*, lo espacial *territorial* como esfera de la multidimensionalidad y la multiplicidad

(Massey, 2005) y los nombra *comunicacionales* para explicitar una trama de relacionamientos que lo construye constantemente.

Estos componentes nos plantean el desafío de pensar y dialogar en un “espacio público expandido” (Reguillo, 2017) que se desarrolla tanto en espacios inmateriales (virtuales, imaginarios, normativos etc.) como en espacios tangibles (plazas, calles, etc.).

El espacio de lo común actual está compuesto de diversas mediaciones y mediatizaciones que configuran el *quiénes, qué y cómo* dicen, compuesto por la ciudad, los ordenamientos institucionales y las formas sociopolíticas en el territorio, las formas de enunciación que escapan a dichos ordenamientos (desde el mural a la batalla de hip hop), los medios de comunicación y las tecnologías de información y comunicación como otras plataformas de interacción (Fernández, 2014).

A partir de situaciones comunicacionales concretas, en las próximas páginas, nos proponemos mapear los ámbitos que componen el concepto. Allí realizaremos un recorrido que busca explicitar los espacios híbridos a la interna de cada ámbito y los espacios “entre” ellos. Estos mapas son solamente un acercamiento a la intención constante de mapear lo público como espacio común de la polémica (Arditi, 2009) no buscando un punto de llegada, sino una permanente construcción, con un potencial de transformación, que la sociedad se da a sí misma.

Lo mediático: un mapa visto desde las narraciones

Los relatos y las prácticas son la punta visible de la madeja de lo público expandido. Su recuperación no es una dinámica nueva en el campo comunicacional, pero en la actualidad se configura a partir de otro régimen de visibilidad (Calleti, 2000).

A diario recibimos, vemos pasar o mandamos memes a través de las redes sociales. Los memes se han convertido en un indicador del clima de las conversaciones y discusiones públicas y, por lo tanto, de cuáles son los actores y los relatos que mayor visibilidad, incidencia y legitimidad adquieren en la arena pública.

Los medios digitales en la actualidad son condensadores de mediaciones sociales (Martín Barbero, 2010), aparentemente menos normativos, pero con estéticas y narrativas propias, lejanas de la neutralidad. Se presentan como un espacio de lo público donde se puede decir, y a su vez, se refuerzan maneras de decir con lógicas privatizadoras de la vida cotidiana. Allí, construimos imágenes de lo común y una paradoja de la democracia (Rincón, 2018) donde hay mucho para opinar y, en múltiples ocasiones, poco para deliberar o incidir.

El formato meme implica una fuerte condensación de sentidos y una multiplicidad en su circulación que contiene formas verticales, horizontales y transversales (Carlón, 2020), y a su vez, en diferentes direcciones (del tradicional de arriba hacia abajo a nuevas maneras de abajo hacia arriba), atravesando subjetividades, instituciones tradicionales, universos culturales y lógicas territoriales. Estas transformaciones han mutado los debates públicos y las formas en que se enuncia la diferencia, con repertorios conectivos (Reguillo, 2017) que no refieren solamente a la virtualidad, sino a las formas de configuración subjetiva de constituirse.

Aunque tienen temáticas muy distintas, estos tres tipos de memes, tienen aspectos en común. Los tres apelan a dinámicas y relatos cotidianos y de algún modo lo hacen desde la mirada de lo institucionalizado (sea para interpelarlo o para continuarlo). Los tres colocan al relato en el lugar de la acción, se afirman en el relato por el relato mismo independientemente de la práctica con la que se relaciona. Los tres hablan de un devenir histórico de cambio en lo común. Cualquiera de ellos refieren a dimensiones políticas en discusión, pero ninguno lo explicita ni lo hace desde estructuras o instituciones políticas.

El primero toma una frase de José Martí que es conocida como dicho popular, y de ahí su fuerza narrativa. Nos dice directamente que hay que cambiar el relato al tacharlo y proponer una frase alternativa. Omite en su apelación las formas que las personas y las sociedades nos hemos dado para construir memoria y cultura porque las que aparecen

en el relato original hacen énfasis en la individualidad, la elección de la no maternidad / paternidad y fundamentalmente promueve un *formato* del desarrollo humano. Por supuesto que invita a inferir, analizar e interpretar, incluso de modos diferentes, pero lo central está en que lo universal es el reconocimiento del relato como constructor de instituciones y prácticas.

En el segundo se cuestiona lo *políticamente correcto* como narrativa pues vivimos en un momento en que se cree en el relato como acción. Si uno o una cuestiona algo que está considerado *políticamente correcto* es porque lo reconoce como tal, de lo contrario, no sabría que lo es socialmente. Distinto sería cuestionar lo *correcto* a secas. Lo *políticamente correcto* alude a determinados órdenes institucionalizados que, justamente, hemos acordado socialmente (implícita o explícitamente a través de las normas). Incluso, podría decirse que existen diversos órdenes o niveles de lo políticamente correcto, algunos podrían abarcar a sociedades enteras, otros a algunas comunidades, otros a algunas clases sociales. Con lo cual, y según ese meme, siempre tenemos chance de ser políticamente correctos en alguna dimensión de nuestra vida. Ahora, ¿es relevante este análisis previo? De nuevo, el meme logra identificar algunos nudos problemáticos que discutimos en lo público. Pareciera que detrás hay una voz que dice, quejándose, que no va aceptar todos estos cambios que nos queremos dar como comunidad, aunque en diferentes territorios y biografías lo validado y acordado pueda cambiar o incluso ser contradictorio.

El tercero, al igual que los otros dos, refiere a un momento de cambio histórico, cuestiona una nueva reivindicación como si ya estuviera instalada y aceptada socialmente. Más allá de que el texto resulta violento por el lugar en el que coloca a las mujeres, se trata de un planteo reaccionario a transformaciones narrativas recientes. Se disputa la narración. O más bien, el cambio del relato. De algún modo, se exige que volvamos a la tradición, a las cosas *en su lugar*, sin hacer alusión honesta a lo que está *fuera de lugar*, sino al lugar en el espacio mediático y a la disputa de poder por lo que es necesario narrar.

En definitiva, los memes sintetizan sentidos y hacen visibles relatos “entre”. Cualquiera de los tres presentados hablan de discusiones políticas, algunas constituidas en movimientos, colectivos o reivindicaciones históricas como lo que tiene relación con los feminismos y la diversidad sexual. En ningún caso, se apela a una estructura o institución política pero sí es posible identificar en sus narraciones estas discusiones en los distintos ámbitos mencionados (lo institucional, lo geográfico y lo mediado).

Lo territorial geográfico: un mapa visto desde los repertorios de acción

Recorrer las calles de las ciudades con la intención de observar, es un ejercicio que nos muestra diversas transformaciones: en los diseños de los espacios públicos, en los consumos, en las segregaciones territoriales, en las formas de habitar, entre otras tantas transformaciones visibles. Todas ellas, podrían ser analizadas, desde la categoría de lucha por los campos de significaciones y desde los territorios comunicacionales, sin omitir las particularidades contextuales, sino como lentes que las incluye.

En Montevideo, y allí nos adentraremos, es visible el crecimiento del arte urbano gráfico, tanto en los muros, como en las plazas y en casi todo espacio posible de la ciudad. Los grafitis y los murales han crecido en número, en tamaño y en búsquedas estéticas. Este proceso se puede visualizar como un ejercicio del derecho a la ciudad (Harvey, 2013) y también un cambio en las subjetividades, donde las imágenes son parte sustancial y tiene un correlato lógico en los espacios donde habitamos.

Las prácticas sociales expresan la relación entre la dimensión del hacer cotidiano, la dimensión material y tecnológica, y la del campo de los sentidos construidos (Treré, 2020). La interrelación de estas tres dimensiones ubica a las experiencias en un entramado histórico que construye nuevas prácticas cruzando prácticas anteriores y nuevos

contextos. Así se construyen repertorios de acción, lo que es posible hacer y sus incidencias. En la actualidad los repertorios son también construcciones híbridas, en un “entre” complejo en los territorios comunicacionales.

Siguiendo esta línea de razonamiento, es cada vez más frecuente encontrar nuevas expresiones gráficas que toman tanto la ciudad y las redes sociales de forma complementaria, denotando el entre lo territorial y lo mediático, y a la imagen como mediación de múltiples procesos de comunicación, como vínculo concreto entre los decires en la ciudad.

Las intervenciones urbanas gráficas han sido parte de una disputa por el diseño de habitar, se han desarrollado políticas públicas que la han promocionado y acciones gubernamentales desestimulantes. Las veredas pintadas por el movimiento Pintando veredas por la ciudad, y la galería a cielo abierto en las cortinas metálicas de la avenida 18 de julio son algunos de los ejemplos de políticas públicas que apoyaron la expresión, así como, las pintadas de colores pasteles en centros educativos tapando intervenciones artísticas son acciones en el sentido contrario. El espacio público territorial es un espacio de conflictos, reales o simbólicos, donde resulta fundamental comprender las huellas y las tachaduras, como en un palimpsesto (Martín Barbero, 2017).

En este contexto, un colectivo de artistas gráficos urbanos logró incidir sobre la temática seguridad. El 16 de febrero de 2019, Felipe Cabral, reconocido como *Plef* en el circuito artístico, fue asesinado de un balazo en un barrio de clase alta montevideano. El hecho sucedió en momentos de una fuerte discusión pública sobre seguridad ante una propuesta de reforma constitucional¹ que planteaba como respuesta un mayor punitivismo. A *Plef lo mató el miedo* fue la primera respuesta pública.

1 La propuesta de reforma constitucional “Vivir sin miedo” fue plebiscitada junto a las elecciones nacionales y no resultó aprobada por un pequeño margen. Entre sus medidas más elocuentes proponía allanamientos nocturnos, el patrullaje civil por parte de militares y el endurecimiento de las penas penitenciarias

Esta frase luego se transformó en una presencia constante, en cientos de muros, de la imagen de su firma de grafiti o su tag (dibujo de un gato característicos en sus propuestas gráficas) que se constituyeron en parte de la ciudad. Esta respuesta silenciosa y visual ha sido una de las protestas y expresiones colectivas más interesantes de los últimos años en Montevideo.

La seguridad pública ha sido una temática central en debate en los últimos años, presente tanto en los informativos de televisión abierta (donde la cobertura policial es cada día más extensa), como en las redes sociales o en los barrios (donde se profundiza la idea de los territorios amenazados real o simbólicamente). Así, se fue construyendo y reconstruyendo una imagen de los territorios y los personajes violentos, y con ella, las fragmentaciones en la ciudad y en el discurso político institucionalizado. El asesinato de Pleaf ingresó en este marco de interpretación donde la imagen de un joven con acciones poco claras o estéticas alejadas, resultan peligrosas en una zona residencial. Imágenes unas y otras construidas y resignificadas en un entre los ámbitos geográficos, mediáticos e institucionales.

Montevideo es mirado por los gatos que recuerdan el acontecimiento, dado que vemos las imágenes y también somos mirados por ellas (Didi-Huberman,1997), en las intervenciones observamos la presencia y la ausencia de Pleaf, siendo interrogados en ese mecanismo. Vivimos en un régimen que relaciona las formas de ver y las prácticas sociales (Jay, 2003), la dimensión visual organiza maneras de informarse y de interacción, con vínculos referidos a las imágenes (Dipaola,2020). En la moda o en las redes sociales se genera habitualmente una interacción entre signo, relación y consumos. En algunos momentos, esa misma interacción puede construir rupturas, construyendo una interacción signo, relación, problematización social. Las intervenciones sobre Pleaf construyeron en este sentido.

En resumen, en las múltiples interacciones de los territorios comunicacionales se construyen repertorios de acción. Prácticas sociales híbridas que

se expresan reapropiadas en lo local y lo geográfico y por su continua interacción de incidencia también en los ámbitos institucionales y mediáticos.

Lo institucional: un mapa visto desde las formas de organizarnos

En un barrio casi al final de Montevideo, cerca de uno de los arroyos que cruza la ciudad y que fue creando puntos finales de un lado y del otro de la ribera (aunque la ciudad se extiende luego del arroyo); construido por múltiples asentamientos, de familias con diversas historias que lo fueron poblando en diferentes décadas y durante distintas crisis económicas del país. Allí, conversábamos con un grupo de mujeres que nos contaban sus percepciones para mejorar la localidad, ante una propuesta de diagnóstico para un proyecto de mejoramiento barrial promovido por el gobierno de la ciudad.

Un grupo de mujeres que se habían permitido juntarse, algo que no había sucedido en el barrio hasta ese momento. Un grupo de mujeres que se permitían cuestionar que su único rol fuera el de cuidado, cambiando prácticas y complementándose entre ellas. Movimiento que les permitió pensarse como una cooperativa de trabajo, con la intención de sustentarse económicamente, y quizás sin proponérselo al principio, construyendo presencia y transformándose en un colectivo importante en el territorio. Son una cooperativa, (forma organizativa tradicional en Uruguay), y son un grupo de mujeres, una nueva forma de colectivizarse en los barrios montevideanos.

“Tiene que venir la policía, patrullar las calles y llevarse a todos los que estén algo raro”, dijo una integrante en un momento, y todas asintieron con la cabeza. Nuestras preguntas, casi de inmediato, y casi sin preguntar, argumentaron si no podría ser injusto, violento y alejado de lo que el barrio precisaba: “es mejor eso a que se siga pensando que acá somos todos iguales”, aclaró otra integrante.

Las vivencias y los relatos mediáticos sobre la seguridad confluyen, reviviendo cotidianamente la temática en el territorio. Para nosotros,

que tenemos estéticas, prácticas y territorios alejados a los señalados como culpables, los límites entre la dimensión convivencia y represión son más claros, menos entre , menos bastardos , por lo tanto, también nuestras narrativas. Para esta cooperativa de mujeres no, aunque sus prácticas y formas de organización plantearan otras formas de convivencias. Los territorios comunicacionales plantean una diversidad de interacción que trae consigo una diversidad de expresiones, que por momento pueden verse como contradictorias a lo esperable.

Los repertorios de acción y los relatos se construyen en un “entre” pero también las formas de colectivizarse para polemizar en lo público, en una dinámica que transforma las fronteras entre el individualismo y lo colectivo, entre el yo y el nosotros. En este caso, un nosotras grupo de mujeres, un nosotras cooperativa y un nosotras colectivo para incidir en el barrio. Cada expresión con lógicas organizativas propias, de repertorios y narrativas por momentos complementarias y por momentos ambiguas, que este colectivo lleva adelante.

Cada práctica ciudadana es un sistema de repertorios de acción y narrativas con diversas formas organizativas, construcciones identitarias y antagónicas (devenir histórico) y acciones de visibilidad pública y formulaciones de demanda o reclamo (devenir narrativo). Conceptos centrales para la acción colectiva y sus teorías (Valenzuela, 2015) que permite incluir en el análisis a las conductas colectivas que impugnan los modelos culturales, a los movimientos sociales que discuten las relaciones de dominación (Touraine, 1985) y a los movimientos emergentes que problematizan las formas organizativas y de demanda.

Se mantienen colectivos ligados a la representación y participación en espacios reglamentados, y surgen con notoriedad, otros, menos instituidos, con una intencionalidad política que disputan la diversidad, las formas de expresión de la diferencia y que problematizan los lugares desde donde actuar social y políticamente. Se constituye un nuevo espacio entre , donde se transforman unos y otros para incluirse en la conversación pública: al sentirse interpelados los colectivos y

organizaciones legitimadas, al no siempre tener incidencia directa las nuevas manifestaciones.

Estas últimas, tienen una gran capacidad de conexión con otros para sumarse a la discusión pública extendida, inaugurando nuevas formas de estar juntos y de estar en contra, de acuerdos y conflictos, como dimensión de la experiencia humana (Arendt, 2005). Pero a su vez, las diferentes formas organizativas, aun las más reglamentadas, accionan en territorios comunicacionales donde modifican formas de expresión de la demanda.

En definitiva, las formas de construir colectivos se han transformado, por momentos a partir de masificar reclamos, en otras ocasiones por ser parte de un espacio público extendido que incide en ellas, en todas porque colectivizarse es formular demandas y estas formulaciones se dan en un complejo narrativo y de acción que encierra una hibridación en territorios comunicacionales.

Mapas ciudadanos: consideraciones finales

Comenzamos este texto planteando a los territorios comunicacionales como una búsqueda conceptual, una herramienta metodológica y una metáfora.

En la actualidad el entramado de significación construye y se constituye en un espacio público expandido: “Esfera globalizada y multi escala del espacio público, propiciada por la aceleración tecnológica y la mundialización de la cultura, que favorece la circulación constante de flujos informativos y de representaciones e imaginarios compartidos con potencia orientadora” (Reguillo, 2017).

Los territorios comunicacionales nos permiten identificar, nombrar, reconocer *el dónde, quiénes y por qué* de los fenómenos, procesos y prácticas de la comunicación hoy. ¿Cómo es posible que, sin el análisis comunicacional, de todos modos, podamos reconocer a los unos y otros descritos en las narraciones mediáticas, en las prácticas urbanas o las formas de colectivizarnos? Si no fueran actores, temáticas y

discusiones reconocidas ¿Cómo podrían ser contenido de un formato comunicacional que se construye para ser viral en el caso de un meme? ¿Cómo podrían vincularse las narrativas públicas sobre seguridad con un caso concreto de asesinato? ¿Por qué un grupo de vecinas consideraría central disputar su significación en lo público que no solamente es lo barrial?

En este contexto, incluir dentro de la propuesta de los territorios comunicacionales, las diversas biografías, lo otro entre el Estado y el mercado -al decir del campo comunitario-, explicita la convicción por una comunicación que reconoce lo heterogéneo y la necesidad de una diversidad de voces para la circulación de poder. Los territorios comunicacionales son un intento de narrar, conocer y abordar la complejidad, pero también de situarnos en los procesos comunicacionales desde la posibilidad y responsabilidad de transformación social.

Si en las consideraciones finales nos referimos a mapas ciudadanos es porque entendemos que el concepto propuesto nos permite visualizar procesos y prácticas de ciudadanía. Pensar la comunicación y sus prácticas como ciudadanas, explicita la disputa y las formas para intentar incidir.

La ciudadanía para este trabajo se define como el reconocimiento social de valores éticos-políticos que posibilitan la continuidad de un contrato social y como principio articulador de diferentes posiciones subjetivas (Mouffe, 1999) que permite combinar discusiones concretas y una disputa constante en el campo discursivo (Laclau, 2014). La ciudadanía se construye en un devenir narrativo y de repertorios tácticos de contienda por inclusiones y exclusiones en interacción con el poder y con las instituciones que lo regulan. Incluir los ámbitos geográficos, mediáticos e institucionales y el espacio entre ellos, hace que el barrio, la ciudad y las redes sociales, entre otros tantos espacios de lo público, no aparezcan como excluyentes sino con un potencial de convergencia para acciones, manifestaciones y narraciones para disputar lo común.

Bibliografía

- Álvarez Pedrosian, E. (2021). *Filigranas. Para una teoría del habitar*. Montevideo: CSIC-Udelar.
- Arditi, B. (2009) *Desacuerdo sin reconciliación: Democracia, igualdad y la esfera pública*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM.
- Calletti, S. (2000) Quién dijo República. Notas para un análisis de la escena pública contemporánea, *Versión* N° 10 (pp.15-58). UAM, México.
- Carlón, M (2020) *Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada*. Nueva Editorial Universitaria (NEU). Buenos Aires.
- Crosta, P. (2003) Retitraslocali. Le Pratiche d'uso del territorio come politiche e come politica, in *Foedus* n°7.
- Didi-Huberman, G. (1997). *Lo que vemos, lo que nos mira*. Ed. Manantial.
- DiPaola (2020). Individualismo y pandemia: consecuencias y riesgos globales. Disponible en: <https://revista.reflexionesmarginales.com/individualismo-y-pandemia-consecuencias-y-riesgos-globales/>
- Dipaola (2020). *Entrevista. La cultura visual es la cultura de un deseo programado*. Disponible en <http://revistaepocas.com.ar/entrevista-a-esteban-dipaola-la-cultura-visual-es-la-cultura-de-un-deseo-programado/>
- Fernández, J. L. (2014). Mediatizaciones del sonido en las redes. El límite Vorterix. En: Rovetto, F. y Reviglio, M.C. (comps.) *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*, Rosario: UNR Editora, pp.190-206.
- Haesbaert (2005). Da desterritorialização à ultiterritorialidade, *Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina*, 20 a 26 de março. Universidade de São Paulo
- Harvey, D. (2013). *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. Ed. Akal.
- Jay, M. (2003). *Campos de fuerza. Entre la historia intelectual y la crítica cultural. Regímenes escópicos de la modernidad*. Buenos Aires, Paidós.
- Kaplún, G. (2007). *La comunicación comunitaria en América Latina en Medios de comunicación: el escenario iberoamericano*. Madrid: Ariel.
- Laclau, E. (2014). *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laval, Ch. y Dardot, P. (2015). *Común. Ensayo sobre la revolución en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa
- Massey, D. (2005). La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones. En Arfuch, L. *Pensar este tiempo Espacios, afectos, pertenencias*. Ed. Paidós

- Martín Barbero, J. (2010). *Comunicación, espacio público y ciudadanía*, Folios, (pp.37-51) edición especial, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia.
- Martín Barbero, J. (2017). *Jóvenes entre el palimpsesto y el hipertexto*. Barcelona. Ned Ediciones.
- Mata, M.C. (2006). Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación, *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, VIII(1): 5-15, janeiro/abril, Unisinos: Sao Leopoldo.
- Mouffe, Ch. (1999). *El retorno de lo político Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*. Barcelona: Paidós.
- Mouffe, Ch. (2011). *En torno a lo político*. Buenos Aires. Ed Fondo de Cultura Económica
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. NED Ediciones.
- Reguillo, R. (2021). *Entrevista. De qué hablamos de cuando hablamos de ciudad en revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Disponible en <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1818/846>
- Rincón, O. (2018). Jóvenes Colombianos: Indignados y decepcionados de la democracia, emocionados con el yo, *Revista Nueva Sociedad*. Disponible en <https://nuso.org/articulo/jovenes-colombianos-indignados-y-decepcionados-de-la-democracia-emocionados-con-el-yo/>
- Touraine, A. (1985). An Introduction to the Study of Social Movements, *Social Research*, 52 (4): 749-788.
- Treré, E. (2020). *Activismo Mediático Híbrido. Ecologías, Imaginarios, Algoritmos*. Bogotá. Ed. Fundación Friedrich Eber.
- Valenzuela, J. (2015). *El sistema es antinosotros. Culturas, movimientos y resistencias juveniles*. México, Ed.Gedisa
- Verón, E. (1997). *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Universidad de Buenos Aires, Bs. As.

Comunicador Popular na América Latina: atores que fazem as pontes¹

El comunicador Popular en América Latina: actores
que hacen puentes

Popular communicator in Latinamerica:
actors building bridges

NIVEA CANALLI BONA

NÚCLEO DE ESTUDOS EM COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E
LOCAL - COMUNI

Resumo: O texto apresenta uma discussão que pretende definir o perfil do comunicador popular na América Latina com base em resultados de pesquisas anteriores da autora. Aborda-se um conjunto de variáveis: personalidade e talentos, habilidades, crenças, conhecimentos, movimentos e influências da comunidade, formação técnica e consumo de mídia. São utilizadas duas linhas teóricas: estratégias, táticas de Certeau e habitus de Bourdieu. Além disso, estão presentes os estudos de Mario Kaplun sobre educação e comunicação na América Latina. Esses comunicadores estão desenvolvendo a comunicação para organizações sociais e comunidades, muitas vezes combinando formas criativas com recursos escassos. Esse ator é, consistentemente, visto como uma ponte que liga os movimentos sociais e suas demandas aos meios de comunicação de massa. Ele/ela liga comunidades e meios de comunicação populares. Ele/ela relaciona estratégias de comunicação

1 Versão modificada do capítulo BONA, N. (2021) Popular Communication in Latin America: a look at the actor who build bridges in SUZINA, A. The evolution of Popular Communication in Latin America, Palgrave Macmillan.

e necessidades das organizações sociais. Ele/ela liga o conhecimento técnico das universidades e a mística que nasce na comunidade.

Palavras-chave: comunicação popular, comunicador popular, América Latina

Resumen: El texto presenta una discusión que pretende definir el perfil del comunicador popular en América Latina a partir de los resultados de la investigación previa del autora. Se aborda un conjunto de variables: personalidad y talentos, habilidades, creencias, conocimientos, movimientos e influencias comunitarias, formación técnica y consumo de medios. Se utilizan dos líneas teóricas: estrategias, tácticas de Certeau y habitus de Bourdieu. Además, están presentes los estudios de Mario Kaplun sobre educación y comunicación en América Latina. Estos comunicadores están desarrollando comunicación para organizaciones sociales y comunidades, muchas veces combinando formas creativas con escasos recursos. Este actor es visto constantemente como un puente que une los movimientos sociales y sus demandas con los medios de comunicación. Vincula comunidades y medios populares. Enumera estrategias de comunicación y necesidades de las organizaciones sociales. Vincula el saber técnico de las universidades y la mística que nace en la comunidad.

Palabras-clave: comunicación popular, comunicador popular, América Latina

Abstract: The paper tries to define the Popular Communicator by approaching a group of variables: personality and talents, skills, beliefs, knowledge, movement and community influences, technical training, and media consumption. Two theoretical lines are used: strategies, tactics by Certeau and habitus by Bourdieu. Also, we bring the studies of Mario Kaplun about education and communication in Latin America. These communicators are developing communication for social organizations and communities, often combining creative ways with scarce resources. This actor is, consistently, seen as a bridge that

links social movements and their demands with massmedia. He/she links communities and popular media outlets. He/she links communication strategies and social organizations' needs. He/she links the technical knowledge from universities and the mystique that is born in the community.

Key-words: popular communication, popular communicator, Latin America

A profusão de injustiças e desigualdade na distribuição de recursos ou mesmo de garantir dignidade de bem viver em diversos países da América Latina deu origem a grupos e movimentos que surgiram como reação a esse contexto. Alguns desses grupos criaram formas muito peculiares de comunicação com a ajuda de um comunicador popular que desenvolve estratégias, táticas (Certeau, 2013) e um *habitus* (Bourdieu, 2011) combinando formas criativas de comunicação com recursos escassos.

O perfil desse profissional é transformado pela causa da luta desse movimento ou organização, pelo lugar que esse comunicador ocupa na sociedade, pela educação formal (ou não), assim como pelos próprios grupos dos quais ele faz parte. Este comunicador é uma mosaico de diferentes variáveis, e nosso objetivo aqui é identificar como essas variáveis influenciam este ator, o comunicador popular.

O contexto

Se prestarmos atenção a alguns aspectos históricos da colonização da América Latina (para não dizer violação, roubo ou saque), podemos entender que se produziu uma forma brutal de ocupação com a ajuda de alguns setores da Igreja Católica (Galeano 2010; Ribeiro, 2006). Como resultado dessa colonização, nasceu, e tristemente permanece até hoje, uma sociedade extremamente desigual, o que significa a existência de uma elite concentrando grande parte dos recursos materiais e acesso a educação formal e aos direitos humanos. Do outro lado desse

espectro social (ou desse conflito que se estabelece) estão os povos originários, os descendentes de escravos trazidos da África, além dos imigrantes trabalhadores do campo. Essa é a imagem de uma terra rica em recursos extremamente mal distribuídos.

Esses grupos (elites e explorados) se tensionam em múltiplos níveis. Um exemplo é a luta pela terra para plantar e viver, que opõe, por um lado, o agronegócio e, por outro, grupos como os quilombolas, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, além de tribos nativas. Outros conflitos envolvem grupos como grandes imobiliárias e bairros das cidades com o Movimento dos Trabalhadores Sem Teto, entre outros. Essas lutas, históricas e atuais, desencadeiam a criação do que chamamos de movimentos sociais, organizações sociais ou associações comunitárias.

Em termos de disputas nas diferentes esferas da sociedade, a da informação foi e continua sendo uma das mais importantes, pois determina quem tem voz e quem tem o direito de contar sua versão dos acontecimentos. Essa discussão específica ocorre na intersecção dos campos da educação e da comunicação. A oportunidade de ir à escola e ter uma boa educação tem sido historicamente mais escassa para os grupos populares. As universidades sempre foram um espaço reservado para a elite. Além disso, a mídia é controlada por um pequeno grupo. No Brasil, por exemplo, os principais grupos de mídia (incluindo emissoras de televisão, jornais e rádios) estão nas mãos de cinco famílias (Cavalcanti, 1993, p. 41). Um grande número de estações de rádio está nas mãos de representantes políticos, o que é legalmente proibido.

Essa concentração midiática não aconteceu por acaso. É um plano bem elaborado para controlar as informações que as pessoas consomem e, portanto, manter o status quo. Nesse sentido, Biz e Guareschi (2005, p. 114) afirmam que há uma espécie de censura socioeconômica que impede as pessoas, em geral, de terem acesso à mídia.

O popular na América Latina

Ficou evidente que toda a repressão, décadas de violência e exploração vividas seriam terreno fértil do qual cresceriam diversas formas de resistência, como movimentos sociais, associações populares e comunidades. Na América Latina, essa resistência foi alimentada por uma mistura de desejo de sobrevivência, sede de justiça e mística que se inspira em parte na “cultura religiosa” (principalmente católica), mas acima de tudo transcendeu as fronteiras dos espaços “religiosos”. Dessa forma, surgiram alguns movimentos e organizações sociais nas CEBs (Comunidades Eclesiais de Base), e a Teologia da Libertação (que desafiou o Vaticano) foi uma nova abordagem formada na América Latina, com rica experiência no Brasil.

Um dos autores e líderes sociais latino-americanos mais estudados, que trabalhou com ativismo popular por meio da educação e da comunicação, foi Mario Kaplun. Ele dedicou sua vida a refletir, estudar e criar formas de trabalhar esses dois campos do saber em diversas comunidades. O intelectual argentino foi o idealizador/mentor do Cassete-Foro, prática que permitiu aos camponeses uruguaios e argentinos resolver seus problemas de forma democrática e participativa. Na década de 1970, a técnica incluía gravar discussões realizadas em grupo de camponeses sobre seus problemas diários em fitas cassete. Um grupo de editores da comunidade selecionava as principais sugestões de soluções e as enviava a outros grupos de agricultores em uma troca horizontal de ideias. Mario Kaplun e sua esposa viveram em muitos países latino-americanos principalmente porque as ditaduras costumavam persegui-los. Kaplun também trabalhou com rádio popular e seu projeto mais famoso estava ligado à fé católica. Ele criou uma série de programas de rádio chamado Padre Vicente: Diario de un Cura del Barrio. O show durou cinco séries com mais de 200 episódios².

2 <https://radioteca.net/audioseries/el-padre-vicente-diario-de-un-cura-de-barrio/>.

A lista de materiais de comunicação populares (programas de rádio, livros e atividades em grupo) criada por Kaplun é imensa. Ele também teve sucesso com diferentes metodologias de comunicação e educação popular que, juntamente com os trabalhos de Paulo Freire, estabeleceram um padrão na comunicação e educação popular na América Latina. “Para ele, o tipo de comunicação que se faz é reflexo da sociedade em que se vive ou se quer construir” (Bona et al. 2007).

Inspiradas pela formação em comunicação popular ou por uma percepção instintiva (tática) de sobrevivência, muitas organizações populares decidiram utilizar a comunicação alternativa para expressar seus problemas, trabalhar a conscientização da sociedade em relação às suas demandas e se posicionar contra a comunicação hegemônica. Peças de teatro, cartazes, músicas, marchas e folhetos são exemplos de algumas estratégias de comunicação (Peruzzo, 1998, p. 115). Mais tarde, a Internet daria a esperança de que todos os tipos de vozes tivessem um espaço.

A comunicação popular é um conceito recorrente nos estudos latino-americanos e às vezes pode ser entendida como comunicação alternativa, comunitária ou local baseada em determinados contextos históricos e grupos protagonistas (Peruzzo 2008; Festa 1986; Kaplun 2002). Entende-se aqui que “popular” vem dos chamados movimentos populares na América Latina —indígenas, desfavorecidos, camponeses e todos os grupos excluídos da cultura hegemônica da elite— que produzem uma certa narrativa oposta à dominante (Suzina, 2016).

Quem é o comunicador popular?

Desde 2003, uma das principais linhas de pesquisa que desenvolvo visa descobrir quem é o comunicador popular. Este ator não é um voluntário americano fazendo caridade, nem é o estudante na Turquia que protesta contra o governo, nem é a dona de casa alemã que se reúne com os vizinhos para fazer alguma mudança na escola local. Embora algumas das ações possam ser semelhantes, o comunicador popular

na América Latina realiza uma prática mística que entrelaça diferentes lutas que são, de alguma forma, historicamente as mesmas: resistência a séculos de exploração e falta de dignidade. Essa luta envolve lutas raciais, de gênero e de minorias. Portanto, esse comunicador é um mosaico formado por indígenas, negros, pobres, mulheres, não-binários e suas resistências.

Como a mídia tradicional pertence à elite, os desfavorecidos raramente têm espaço para sua própria narrativa em produções de televisão, rádio e jornais. Muito menos dinheiro para produzir seus próprios projetos. De qualquer forma, mesmo que raramente, algumas reportagens que são produzidas por jornalistas da mídia de massa, retratam esses grupos com um foco justo. Em um dos primeiros projetos de pesquisa, minha pergunta inicial foi: como algumas pessoas conseguem se destacar e aparecer na agenda da mídia enquanto outras não? Minha constatação, naquela pesquisa (Bona 2003) realizada com uma organização que abriga adolescentes em situação de rua, foi que dois jornalistas profissionais construíram uma ponte entre a pauta “técnica” e dominante utilizada nas produções midiáticas e a linguagem mais “informal” utilizada nas organizações populares. Ambos tinham uma compreensão profunda de ambos os lados e sabiam qual abordagem a mídia “compraria”. Eles também sabiam o que faria o movimento se esquivar (ou não) da exposição pública que poderia estigmatizar os adolescentes, mais do que as notícias já faziam.

A partir dessa constatação, meu interesse se concentrou em entender como o comunicador popular escolheria suas estratégias de comunicação e o que influenciaria suas decisões. Em essência, quem é o comunicador popular? O que constitui esse ator específico que está envolvido em movimentos sociais, organizações sociais ou grupos e associações comunitárias?

Para responder a essa pergunta, apliquei uma série de métodos a fim de observar a influência do movimento social no trabalho dos comunicadores, sua trajetória midiática (que meios utilizam no dia a dia),

a educação formal que possivelmente receberam, e entender se são militantes ou membros de um grupo que segue uma causa.

Há uma característica específica neste campo que contrasta a formação profissional em comunicação com as crenças e valores sustentados por este comunicador. A formação técnica ministrada pelas universidades geralmente prepara esse ator para atividades relacionadas ao mercado. Em outras palavras, o futuro jornalista aprende a identificar fatos noticiáveis, a escrever artigos com estrutura de “lead” e pirâmide invertida, bem como a entrevistar fontes oficiais e testemunhas. Quem estuda publicidade aprende como criar um anúncio, como explicar os benefícios de um produto para vender mais, como fazer anúncios de rádio atraentes ou inserções de televisão. Também, a partir da abordagem da área de comunicação (divisão realizada no plano de estudos das universidades), podemos encontrar o estudante de relações públicas que aprende a organizar eventos para promover empresas ou ideias; bem como desenvolver relacionamentos com grupos de interesse para prevenir ou reduzir problemas com a imagem de empresas/ produtos.

Na última década, políticas públicas de governos de esquerda têm contribuído para facilitar o acesso ao ensino superior para grupos populares; assim, alguns atores tiveram a oportunidade de obter seus diplomas em comunicação. Além disso, movimentos e organizações sociais começaram a entender as vantagens de uma boa estratégia de comunicação para divulgar suas demandas e convencer o público. Nesse cenário, profissionais formados em jornalismo, publicidade e relações públicas têm visto um mercado cada vez mais sedento por profissionais de comunicação que saibam atender às necessidades de geração de fluxos de informação e relacionamento com seus públicos.

A causa social e o militante

Embora a formação superior contribua com a formação do comunicador popular, não é o conhecimento técnico que define esse

comunicador. Na verdade, é o contrário. As entrevistas realizadas com comunicadores e militantes de diferentes grupos (Bona 2008, 2014) mostraram que o que constrói o comunicador popular é a fé que ele tem na causa que defende. É a motivação para contribuir com movimentos que envolvem crianças, a terra, a população negra, direitos de gênero, direitos indígenas, direitos dos animais, direitos humanos, lutas no bairro ou, ainda, no combate à injustiça, que faz que esse profissional, graduado ou não, desempenhe esse papel. Por outro lado, há um conflito gerado quando o profissional jornalista, treinado para reportar de forma equilibrada, trabalha com a comunicação de uma causa específica. Giannotti e Santiago (1997) refletem sobre essa questão quando pensam em como deve ser feita a comunicação sindical. Para eles, o jornalista que decide se dedicar à comunicação sindical deve renunciar à imparcialidade mítica, pensar em questões mais amplas e tornar-se seu próprio editor.

O comunicador popular na América Latina pode se formar profissionalmente, mas manter suas crenças ideológicas, o que pode levá-lo a trabalhar por diferentes causas. Da mesma forma, observamos alguns indivíduos sem qualificação técnica que desenvolvem processos de comunicação criativos e relevantes. Seu conhecimento vem dos movimentos e da comunidade. É uma forma de comunicação quase intuitiva que é assimilada no seu trabalho diário. Essas práticas às vezes são deturpadas pela mídia que não entende (e às vezes não quer entender) todo esse mundo “alternativo”. Isso explica por que, durante muito tempo, os comunicadores populares não investiram tempo tentando fazer com que suas vozes fossem ouvidas nos meios de comunicação de massa. Eles sabiam por experiência que seriam estereotipados, então preferiram trabalhar em outros tipos de “mídia radical” (Downing, 2001).

Um caso interessante foi de um profissional formado em universidade, que trabalhava como comunicador popular em uma organização sem fins lucrativos, que disse ter sido ensinado a entrar em contato com a mídia convencional como profissional de relações públicas, a

redigir um comunicado de imprensa atraente para estimular meios de comunicação para publicar suas histórias e fornecer algum espaço para as demandas de sua organização. Mas preferiu não perder tempo tentando atrair a atenção da grande mídia, pois, em sua opinião, ela sempre “muda” o foco ou não dá a atenção necessária para abordar um assunto. O profissional optou por focar seu trabalho na comunicação com stakeholders e outros públicos específicos utilizando outros tipos de técnicas que aprendeu na organização (Bona, 2014).

Essa relação entre o que se conquista a partir do ensino técnico, da trajetória de vida ou com a influência do ativismo pode ser explicada por meio de três conceitos: o habitus de Bourdieu; e as táticas e estratégias de Certeau.

Campo y Habitus

Entendemos que os comunicadores populares têm suas práticas constantemente atravessadas tanto pelos saberes práticos de sua formação profissional quanto pelos campos político, técnico e social que agregam as práticas das comunidades a que pertencem. Para Barros “o campo e o habitus na sociologia de Pierre Bourdieu integram uma peça ontológica completa. Um não existe sem o outro. São inseparáveis”. Assim, o habitus de um ator social é estruturado por posições sociais em qualquer campo. Mas esse campo também é estruturado por essas posições sociais em movimento contínuo. Dessa forma, tanto o habitus quanto o campo estão mutuamente estruturados e se estruturando. (Barros et al., 2003, p. 12).

Em “A influência do jornalismo” (1997), Bourdieu afirma que os mecanismos do jornalismo exercem uma influência constante sobre os jornalistas que o compõem, principalmente sobre as forças que se inter-relacionam no processo de reportagem. Essa reflexão serve aqui para entender como o campo também influencia o habitus dos comunicadores populares e como se dá essa relação dialética, a partir desse habitus construído nesse campo com a comunicação.

Dessa forma, o comunicador que estudou jornalismo não estará trabalhando em uma redação, portanto, esse cenário (campo) de produção noticiosa não participa da construção de seu habitus. O profissional de relações públicas não estará em uma organização privada ou estatal. Os profissionais de publicidade não estarão no “campo” dos mercados ou do consumo de produtos e serviços. O cenário de ação desses comunicadores será o grupo social ou comunidade e todo o contexto dessas disputas sociais. É outro campo; aquele para o qual não se tinha (ou raramente havia) formação universitária formal. O campo seria a comunidade ou movimento social, que incluiria suas demandas, seu contexto histórico e sua trajetória, de modo que esse comunicador seria influenciado por sua trajetória midiática que, como campo, também contribuiria para a configuração de seu habitus e ação.

À primeira vista, o que se entende é que o conceito de habitus proposto por Bourdieu se refere à incorporação de esquemas que orientam as práticas, na perspectiva da reprodução de estruturas sociais que possuem certa estabilidade. Mas no sentido de um habitus dinâmico é possível pensar em uma “edição” contínua, uma reconstrução, uma reconfiguração que pode surgir das experiências e ações do comunicador. Quando – e se – esses comunicadores têm a chance de questionar esse habitus, eles vêm para perturbá-lo e reconfigurá-lo. Além disso, podem produzir uma inovação na forma de ver e fazer a comunicação popular.

Os “fazer” do comunicador por Certeau

Michel de Certeau não acreditava em uma ordem dogmática imposta pelas autoridades e voltou sua atenção para o comportamento dos inconformistas, incluindo aqueles que foram silenciados, aqueles que mudaram a verdade imposta ou que pragmaticamente resistiram ao trabalho cotidiano (2013, p.18). Para ele, a vida cotidiana é inventada de mil maneiras, e seu objetivo era compreender as combinações operacionais que constroem uma certa cultura de usuários, comumente chamados de consumidores, e muitas vezes considerados dominados,

que, para Certeau, não são nem dóceis nem passivos. Para o autor, os consumidores reinventam, todos os dias, os usos de algumas estratégias comuns, e isso é quase invisível. A análise do “fazer” ordinário inclui vários tipos de ações e grupos, desde a associação de imigrantes, meninas tentando aprender a administrar a própria saúde, educadores no sistema prisional ou nas favelas, minorias defendendo uma tradição e uma língua regional contra um Estado centralizador e homogeneizador, entre outros. De alguma forma, é possível ver o comunicador popular da América Latina nesse modelo.

O autor oferece duas maneiras de entender esses “fazeres” comuns, de indivíduos comuns: com base em estratégias e táticas. Para ele, a estratégia é o que é formalizado, calculado através da relação de forças e pode ser isolado em um sujeito de vontade e poder. A ação é cartesiana, planejada, que distingue o campo e a atitude: “A racionalidade política, econômica e científica foi construída segundo esse modelo estratégico” (Certeau, 2013, p. 45). A tática é a improvisação. Acontece no domínio do “outro”, há uma ausência de si mesmo, aproveita o momento, e depende do tempo para jogar com os acontecimentos e transformá-los em algo fecundo. O que se ganha não se guarda, usa-se a oportunidade da situação para agir, é astúcia. Em suma, para o autor, a tática é a arte dos fracos. Para ele, fazer compras, cozinhar, conversar ou se movimentar são alguns dos exemplos das ações dos fracos em uma ordem estabelecida pelos fortes. É um ato dentro das brechas de um sistema (2013, p. 98).

Os estudos (entrevistas e observações) que realizei ao longo dos anos revelaram que o que é percebido como táticas de comunicação quase intuitivas, realizadas por comunicadores populares, pode se refletir e se reconfigurar como habitus (quando o campo de trabalho ou a organização ajudam a moldá-los). Estas, muitas vezes, se tornam estratégias cuidadosamente planejadas e são executadas como tarefas de comunicação.

Um exemplo é o de um jornalista que era um comunicador popular de um grupo que ocupou prédios vazios durante uma ação de resistência

contra despejos na cidade. Ele queria convencer uma emissora de televisão a cobrir a causa, escrever algumas histórias sobre essas famílias sem-teto e suas razões para estarem lá. Para o dia da visita/entrevista, ele pediu a uma das vizinhas que passasse pano no chão dos corredores enquanto os repórteres estivessem lá. A intenção, uma tática, era fazê-los se sentirem culpados por pisarem no chão recém-limpo e assim adotar uma abordagem mais branda ao contar sua história. O comunicador não aprendeu isso na faculdade. Mas, como uma “arma dos fracos”, ele usou o que estava à mão para se comunicar e alcançar seu objetivo.

Campo e habitus do comunicador popular

Reconhece-se, então, que jornalistas, publicitários e profissionais de relações públicas possuem conhecimento técnico e humanístico fornecido pela universidade que acaba também por estabelecer padrões nos ambientes sociais onde esses profissionais atuam. De forma simplista, espera-se que os jornalistas trabalhem na mídia, enquanto os profissionais de relações públicas na comunicação institucional e os publicitários no desenvolvimento de mensagens relacionadas ao consumo. Os comunicadores populares reconfiguraram essas perspectivas. Pesquisas anteriores (Bona 2008, 2014; Moreira 2012; Valdez Sarabia 2019) revelam que comunicadores populares de todas as áreas da comunicação e alguns que não possuíam diploma reeditavam continuamente esse habitus derivado da formação universitária. Um exemplo é o de um comunicador formado em publicidade quando trabalhava em um sindicato como gerente de comunicação e que muitas vezes exercia outras atividades não relacionadas à área. Assim, por exemplo, o habitus desse publicitário, que consistia em promover produtos, é repensado e reconfigurado de acordo com as demandas da organização e seu ativismo/fé. Em suma, o habitus muda, é “reabilitado”.

O mesmo acontece com uma jornalista que decide montar uma empresa de comunicação e se dedica a aprender a construir sites para ajudar os membros a “fazer” a comunicação de organizações sociais por um

preço razoável ou de graça. Esse tipo de jornalista também desenvolve habilidades diferentes e se torna uma pessoa que faz tudo. Ou, ainda, o profissional de relações públicas que trabalha para os sem-teto, escreve artigos e ajuda a produzir vídeos. Portanto, não defende os interesses de uma empresa como seria de se esperar de sua graduação. Outras observações revelaram que alguns profissionais abandonaram o habitus do jornalismo para se tornarem educadores, uma mistura entre comunicador e professor, que ensina a se comunicar. A reconfiguração do habitus ocorre com a prática de democratizar técnicas, formas e processos de comunicação com comunidades diversas e também quando a formação é utilizada para além de seus propósitos de criar outros modelos de comunicação.

Formado no campo

Embora existam alguns comunicadores populares com diplomas universitários, a maioria dos comunicadores populares é formada no campo. Esses atores contam com o conhecimento de outros comunicadores populares que lhes mostram como se comunicar com grupos e comunidades populares. Esse tipo de comunicador aprende todos os dias, praticando, fazendo e quase intuitivamente decidindo o que fazer.

Obviamente, esses comunicadores estão no campo dos fracos, segundo Certeau, porque representam os mais fracos da sociedade em suas “ações”. Dessa forma, quando os comunicadores estão localizados nesse “campo”, vemos dentro dos “modos de fazer” processos estratégicos, que são planejados e medidos, e outros que são construídos no nível tático. Eles demonstram comunicação estratégica quando desenvolvem processos com base nos resultados que podem alcançar (medindo os resultados e reavaliando os “modos de fazer” com base nesses resultados). Por outro lado, entende-se que aqueles que se veem como militantes possuem uma forma mais tática de comunicação. Eles constroem seu conhecimento diariamente e procuram brechas no sistema. Um exemplo de depoimento que representa esse tipo de indivíduo é o de um comunicador popular com formação universitária que fala

de um comunicador popular militante do MST (Movimento dos Sem Terra) que não possui estudos formais:

Ele incomodava, muitas vezes nos pedindo para ir a eventos, pedia conselhos, opinião. Agora, não somos mais os que denunciam as ações do MST. Ele é a única e a melhor pessoa para fazer isso, porque ele vem de lá. Ele retrata a imagem do seu ponto de vista. [...]

O que ele fazia era manter um site atualizado a cada duas horas sobre o que estava acontecendo no evento. Ou seja, ele não podia ir para os grandes canais de televisão, mas com sua câmera, com sua edição, com software livre, ele ia lá, gravava, trazia a fita, editava e publicava na internet. Na mesma hora. Não com a agilidade e qualidade que a televisão tem; no entanto, ele estava relatando o que estava acontecendo. (Anderson Leandro, entrevista em 18 de dezembro de 2007) (Bona, 2008).

Com base nesse exemplo, entende-se que muitas organizações desenvolveram sua própria forma de formar comunicadores populares. Como menciona Kaplun, educação e comunicação andam de mãos dadas. Embora a maioria dos comunicadores populares aprenda o conteúdo técnico na prática cotidiana, os cursos de formação em comunicação popular são uma constante desde os tempos das ditaduras na América Latina. E agora, são realizados cursos, eventos e outros tipos de encontros para compartilhar experiências com a ajuda da Internet.

É por isso que alguns desses atores dizem que “não têm certeza” de como chamar a si mesmos. Dizem que se sentem educadores e comunicadores ao mesmo tempo. Não há fronteiras entre o campo educacional e o campo da comunicação. O que se aprende na teoria ou na experiência, é compartilhado com os colegas em um curso de capacitação ou nas atividades cotidianas.

Eu me considero um comunicador popular. Mas entendo que faço isso como educador. Na minha opinião, essas duas coisas estão intimamente relacionadas. Quando você é um comunicador que vai desenvolver

uma oficina, você também é um educador. Mas me considero um comunicador popular, porque às vezes também faço um trabalho que não é educação. É uma comunicação em um nível muito popular, eu faço divulgação, faço a cobertura de eventos que têm a ver com a luta e com as organizações. (Entrevista em Moreira, 2012, p. 62).

O legado de Kaplun é explicado aqui: para ele, o tipo de comunicação ou educação que ocorre depende da sociedade em que se vive. De acordo com essa análise, vivemos em uma sociedade onde o modelo que Paulo Freire chamou de “bancário” ainda é o principal, e isso se reflete na grande mídia. Para ele, isso fica no nível da informação e não é comunicação. Nesse formato de ensino, há uma comunicação de mão única, do professor para o aluno e da televisão/rádio/jornal para o receptor. Não há interação entre emissor e receptor. Mas o que vemos no habitus do comunicador popular, seja tática ou estratégia, é uma tentativa de mudar o processo de comunicação em um esforço para mudar a sociedade.

Acho que na maioria das vezes, faço coisas que não são jornalismo. Recentemente fui a um lugar e me perguntaram se eu era assistente social. Acho que a visão estratégica da comunicação, dentro do que fazemos, independente de comunicar, nesse caso, contribui muito. (Entrevista em Bona, 2008, p. 236).

Em geral, o processo de comunicação crítica e participativa é compartilhado entre os comunicadores populares da América Latina. Esse modus operandi é frequentemente visto entre comunicadores com formação universitária e os treinados na comunidade.

É por isso que o conceito desenvolvido por Kaplun ainda é muito atual e, portanto, deve ser revisitado com frequência. Comunicação e educação são as palavras-chave da comunicação popular, pela qual emancipação e desenvolvimento para a mudança são reais. É evidente que o comunicador popular busca estabelecer um habitus que é influenciado pela comunidade (campo) e se reconfigura para ser crítico,

participativo e democrático, lançando as bases para uma sociedade baseada em uma lógica diferente, como Kaplun (2002) mencionou.

O comunicador como ponte e metamorfose

Na América Latina, a comunicação popular nasceu como um ato de resistência para enfrentar o domínio dos meios de comunicação de massa e ser a voz dos que não têm voz. Esse tipo de comunicação tem características específicas baseadas no contexto, nos recursos disponíveis, nas identidades coletivas e no conhecimento do ator que é o comunicador popular. Este ator é, então, visto como uma ponte. Uma ponte que une os movimentos sociais e suas demandas com a mídia. Vincule comunidades e mídia popular. Articula as estratégias de comunicação com as necessidades das organizações sociais. Ele conecta o conhecimento acadêmico com a mística que nasce na comunidade.

O comunicador popular é resultado de um conjunto de variáveis que constituem seu perfil: personalidade e talentos, habilidades, crenças, conhecimentos, movimentos nos quais participa, influências da comunidade, formação técnica e consumo de mídia. Esse profissional, aos poucos, foi desenvolvendo a comunicação nesses grupos. Ele, mesmo sem saber, tem promovido uma visão mais ampla do papel do comunicador na sociedade, orientando a imprensa para novas perspectivas; também tem, em rede com a academia, motivado currículos mais amplos e educar grupos de base sobre estratégias de comunicação voltadas para o empoderamento.

Ao mesmo tempo, esse comunicador popular tem suas práticas entrelaçadas com os campos em que atua (redação, universidades, comunidade, movimentos sociais), o que forma seu habitus, uma edição e reedição dinâmica entre o que o campo pede desse comunicador e o que este comunicador tem a oferecer. Incluem-se nessa constante transformação as estratégias e táticas concebidas e aplicadas quando esse comunicador popular vê a necessidade de criar formas específicas de comunicação, que semeia as sementes de um modelo diferente de sociedade, que emerge de uma forma crítica de comunicação.

Bibliografia

- Barros, F., Clovis, M., & Luís, M. S. (2003). *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus.
- Biz, O., & Guareschi, P. (2005). *Mídia e democracia*. Evangraf: Porto Alegre/RS.
- Bona, N. C. (2003). Estratégias de comunicação das organizações da sociedade civil. In *Monografia de pós-graduação Comunicação para o Terceiro Milênio*. Curitiba: PUC-PR.
- Bona, N. C. (2008). *A comunicação e o papel do comunicador nas ONGs sociais*. 2008. 270 f. Master's thesis. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo-SP.
- Bona, N. C. (2014). *Práticas Comunicacionais Digitais de Comunicadores Inseridos em Movimentos Sociais de Curitiba e Sevilha na perspectiva da Cidadania Comunicativa*. Doctoral dissertation. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo-RS, 389 p.
- Bona, N. C., Contecote, M., & Costa, L. (2007). *Kaplun e a comunicação popular*. In III Conferência Brasileira de Mídia Cidadã, São Bernardo do Campo — SP. GT—Enfoques teóricos e políticas públicas de comunicação.
- Bourdieu, P. (1997). A influência do Jornalismo. In *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bourdieu, P. (2011). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Cavalcanti Filho, J. P. (Org.). (1993). *Informação e Poder: ampla liberdade de informar x responsabilidade no exercício dessa liberdade*. São Paulo/SP: Record.
- Certeau, M. de. (2013). *A invenção do cotidiano*. 1. Artes de fazer. 20.^a Ed. Petrópolis-RJ. Vozes.
- Downing, J. D. H. (2001). *Mídia Radical. Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais*. Tradução de Silvana Vieira. São Paulo: Editora Senac.
- Festa, R. (1986). Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa. In R. Silva Festa, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.), *Comunicação popular e alternativa no Brasil* (pg. 9–30). São Paulo: Paulinas.
- Galeano, E. (2010). *As veias abertas da América Latina*. Tradução de Sérgio Faraco. Porto Alegre: L&PM editora.
- Giannotti, V., & Santiago, C. (1997). *Comunicação Sindical. A arte de falar para milhões*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Kaplun, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos.

- Moreira, A. (2012). *O perfil e a atuação dos/as comunicadores/as em projetos de educomunicação dos movimentos populares* (A. Moreira, Ed.). Curitiba: UFPR.
- Peruzzo, C. M. K. (1998). *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania* (2nd ed.). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Peruzzo, C. M. K. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. *Palavra Chave*, 11(2).
- Ribeiro, D. (2006). *O povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Suzina, A. (2016). Digital resources in popular media practices in Brazil: strategies to reduce asymmetries in the public debate. In *Observatorio (OBS*) Journal (Special Issue, Media, Internet and Social Movements in the context of asymmetries)*. Lisboa. Vol. 10 núm. especially pg. 11–34.
- Valdez Sarabia, M. F. M. (2019). *La comunicación popular como acción política: una mirada a las orientaciones, significaciones y estructura organizativa de sus actores colectivos en Venezuela*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación, Quito.

Mediatização Latina: uma perspectiva crítica sobre os impactos sociais da comunicação digital no cenário popular, comunitário e cidadão

La mediatización latina: una perspectiva crítica sobre los impactos sociales de la comunicación digital en el escenario popular, comunitario y ciudadano

Latin mediatization: a critical perspective on social impacts of digital communication in the popular, community and citizen scenario

PATRÍCIA GONÇALVES SALDANHA

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (BRASIL)

Resumo: O objetivo deste artigo é contribuir teoricamente com as reflexões atuais sobre o conceito de “mediatização” enquanto perspectiva do processo de difusão, atravessamento e impacto dos sentidos produzidos pelos meios de comunicação nos espaços sociais contemporâneos destacando, para tanto, os enlaces teóricos do viés latino-americano. Inicialmente, faremos uma breve retomada histórica para compreender em que medida o panorama capitalista atual pode ser entendido como um âmbito propício para a produção e o compartilhamento do Comum (Dardot & Laval, 2017), enquanto práticas centrais de mediatização. Em seguida discutiremos sobre duas visões ocidentais relevantes que vêm protagonizando as discussões epistemológicas sobre mediatização que vigem na atualidade a partir dos distintos entendimentos de mediação, tanto na acepção técnica (Hjarvard, 2014),

como na sócio-cultural (Martin-Barbero & Barcelos, 2000). Por fim, aprofundaremos o debate na perspectiva crítica latina para os estudos da comunicação contra hegemônica no cenário popular, comunitário e cidadão (Sodré, 2014).

Palavras-chave: midiatização latino-americana, campo comunicacional, partilha do Comum.

Resumen: El objetivo de este artículo es contribuir teóricamente a las reflexiones actuales sobre el concepto de ‘mediatización’ como perspectiva del proceso de difusión, cruce e impacto de los significados producidos por los medios de comunicación en los espacios sociales contemporáneos, destacando, por tanto, la teoría enlaces del eje Latinoamericano. Inicialmente, haremos una breve revisión histórica para comprender en qué medida el panorama capitalista actual puede entenderse como un ambiente adecuado para la producción y el compartir de lo “Común” (Dardot y Laval, 2017), como prácticas centrales de mediatización. A continuación, discutiremos dos visiones occidentales relevantes que han venido liderando las discusiones epistemológicas sobre la mediatización vigentes hoy desde las distintas concepciones de la mediación, tanto en el sentido técnico (Hjarvard, 2014) como en el sociocultural (Martin-Barbero & Barcelos, 2000). Finalmente, profundizaremos el debate en la perspectiva crítica latina para los estudios de la comunicación contrahegemónica en el escenario popular, comunitario y ciudadano (Sodré, 2014).

Palavras-chave: Mediatización latinoamericana, investigación comunicacional, compartir lo común.

Abstract: This article aims to theoretically contribute with the current reflections on the concept of ‘mediatization’ as a perspective of the process of diffusion, crossing and impact of the meanings produced by the media in contemporary social spaces, highlighting, therefore, the theoretical connections of the Latin American bias. Initially, we will make a brief historical review to understand to what extent the current

capitalist panorama can be understood as a favorable environment for the production and sharing the “Common” (Dardot and Laval, 2017), as a crucial mediatization practice. Then, we will discuss two relevant western viewpoints that have been leading epistemological discussions on mediatization that are currently in force from the different understandings of mediation, both in the technical (Hjarvard, 2014) and in the socio-cultural (Martin-Barbero & Barcelos, 2000). Finally, we will deepen the debate in the Latin critical perspective for the studies of counter-hegemonic communication in the popular, community and citizen scenario (Sodré, 2014).

Palavras-chave: Latin American mediatization, communicational research field, sharing the common.

1. Introdução

Desde a virada para o século XXI, o uso do termo “mídiação” vem aumentando com frequência no circuito acadêmico, assim como começa a aparecer nas interlocuções do cidadão comum. Isto aponta para uma conjuntura similar à do processo de popularização do vocábulo “mídia” que, num primeiro momento era parte do repertório dos ambientes ligados aos meios de comunicação ou das rotinas publicitárias e, com o passar do tempo, atravessou as conversações do dia a dia. Simultaneamente, se constituiu como um conceito valoroso nas investigações do campo comunicacional do século XX para cá.

Mais do que uma palavra avulsa, “mídia” passou a ser crucial nas investigações acadêmicas em comunicação, assim como nas pesquisas mercadológicas e nos estudos dos efeitos nas relações interpessoais. Talvez seja possível sugerir que o fato da terminologia “mídiação” estar cada vez mais em pauta, seja circunstancial, uma vez que trata-se de uma concepção fulcral, em construção, cujo sentido vem sendo disputado por diferentes posicionamentos teóricos calcados nos conhecimentos formados a partir de vivências alinhadas a realidades específicas. Por exemplo, não seria possível sustentar uma

contestação amparada unicamente nas referências de autores do norte global para entender posicionamentos latino-americanos, ou vice-versa, pois partem de experiências particulares. Vale sugerir que a busca pelo entendimento sobre as posições correntes, tenham elas pontos de oposição ou de convergência, poderia conduzir a contenda para uma apreensão mais sólida de um conceito que já se mostra tão estratégico para o campo comunicacional. Assumir uma posição sem pensar os caminhos atuais, daria no mesmo que vivenciar uma batalha tola com o risco de favorecer o esvaziamento de uma temática tão importante ou, como diz Martin-Barbero, seria o mesmo que “estar falsificando a vida para que coubesse num modelo.” (Saldanha, 2021, p.295). Por fim, para preconizar a importância deste objeto, é possível notar que, paulatinamente, a temática começou a se manifestar nas confabulações da vida cotidiana. Estamos, pois, diante de uma diversidade de apreciações que nos direciona a uma acepção complexa sobre midiaticização que conforma uma compilação de visões, cada qual vinculada a um cenário peculiar.

Seguindo essa trilha, o presente ensaio vem como um dos desdobramentos da recente pesquisa de pós-doutoramento em Comunicação e Cultura, que se dedicou a pensar em como as reinvenções operacionais da comunicação hegemônica se remodelam ininterruptamente para atender aos propósitos do mercado, à medida que se embaralham e se incorporam processualmente em diferentes instâncias das diferentes sociedades. Ao longo da investigação, a midiaticização emergiu de modo substancial, principalmente na construção da hipótese que parte do pressuposto que o processo de midiaticização integra a estrutura que garante o alastramento do capitalismo, enquanto neutraliza as posições antagônicas a esse avanço. Para tanto, confronta os objetivos do mercado comunicacional e os impactos socioambientais dessas práticas mercantis: por um lado, o mercado representado pelos empreendimentos transnacionais progressivamente ajustados às plataformas digitais, atua como propagador da naturalização de novas modalidades de consumo nos costumes rotineiros visando potencializar a circulação

de mercadorias materiais (ex.:*mobiles*) e imateriais (ex.:dados).

Por outro lado, surgiu o questionamento do que está realmente em jogo com a popularização de tais mercadorias que, na prática, facilitam o dia a dia. Mediar tecnicamente as operações diárias da vida da população que pode, enquanto se desloca de um lugar para outro, efetuar seus pagamentos, realizar compras, assistir aulas e filmes ou conversar com amigos e familiares? Ou esta aparente neutralidade técnica que medeia divertidamente o banal diário, comercializada a preços módicos e em larga escala, poderia configurar uma estratégia política, baseada no interesse de dominação econômica que, para prosperar, precisaria asfixiar qualquer forma de posicionamento crítico individual ou coletivo aos impactos ambientais e humanitários oriundos do alastramento de tantos aparelhos, a exemplo dos movimentos sociais ou das iniciativas que emergem nos microambientes comunitários e populares? Se sim, como?

Elucidando a hipótese, não se trata de negar a tecnologia de nenhuma maneira, mas a ideia é ponderar sobre a falta de limite dessa expansão, uma vez que tem consequências negativas para o meio ambiente e para a humanidade. A partir daí, identificou-se a premência em observar o campo da comunicação acuradamente para refletir, de maneira crítica, que métodos operacionais de disseminação dos fundamentos hegemônicos seriam esses. Foi justo nesses questionamentos que percebeu-se que a proliferação de conteúdo midiático que vem se formando como um processo de “mídiatização” é tencionado por perspectivas relacionadas a seus cenários originários.

Desta forma, longe de chegar a uma resposta definitiva, o objetivo deste ensaio é contribuir, por meio de uma argumentação teórica, com as reflexões atuais sobre a estrutura do conceito de “mídiatização” enquanto uma ótica do processo de difusão, atravessamento e impacto dos sentidos produzidos pela mídia nos espaços de sociabilidade contemporâneos e evidenciar os enlaces teóricos que dão robustez ao viés latino-americano.

Inicialmente, discorreremos sobre o percurso que culminou na formação

do panorama capitalista atual enquanto âmbito propício para o compartilhamento do Comum¹ (Dardot & Laval, 2017) que favorece o avanço das práticas de midiatização. Na sequência, discutiremos amplamente sobre duas visões ocidentais relevantes, para os debates sobre midiatização, que vigem na atualidade e suas interfaces epistemológicas a partir das distintas agnições do conceito de mediação tanto na acepção técnica (Hjarvard, 2014) como na social (Martin-Barbero, 2000). Finalizaremos com apontamentos para uma perspectiva crítica latina para os estudos da comunicação no cenário popular, comunitário e cidadão (Sodré, 2014).

2. O ambiência capitalista enquanto locus viabilizador da propagação do “Comum”

O sistema capitalista se constituiu, desde os primórdios, nos preceitos do acúmulo de riqueza dinamizado pela distribuição desequilibrada de bens comercializáveis. Fez parte da sua organização um distanciamento da noção de equanimidade em relação ao acesso às mercadorias em circulação, inclusive para os próprios trabalhadores que estavam na linha de frente produtiva, cujo tempo de vida foi escamoteado pela lógica da mais valia dos esquemas de produção e de distribuição de mercadoria. Isto é, a vitalidade do capitalismo tem a desigualdade como princípio para garantir a manutenção do tipo de poder prevalecerá numa determinada época. Assim, quando o poder predominante em um tempo muda o enfoque, seja por razões políticas, econômicas, sociais, culturais, ambientais ou humanitárias, o sistema reinventa suas bases, desde que não se desvie de sua lógica estruturante: a aceleração da auto expansão lucrativa oriunda da exploração do trabalho humano, envolta nas práticas de reificação e alienação.

Se entre os séculos XVI e XVIII a riqueza era designada pelo comércio de especiarias e matérias-primas externas à Europa, logo em seguida, o avanço do capitalismo industrial movido pela lucratividade da

1 Este termo será escrito com letra maiúscula, pois trata-se de um conceito. A não ser quando fizer parte de numa citação direta.

mercantilização dos produtos fabricados, se consolidou no continente europeu. Ou seja, houve um deslocamento da fonte de poder da terra, base da sociedade agrária para a prática fabril, própria da sociedade industrial. Ademais, nos séculos XIX e XX, respaldada na ideia de propriedade que inaugurou o capitalismo monopolista financeiro por todo o planeta, a mercadoria ampliou suas possibilidades e configurações levando em conta sua possibilidade imaterial, a veloz circulação de dados e as estratégias de comunicação não só para espraiamento da informação, como para seu controle da informação. (Dardot & Laval, 2017). Isto posto, a *Sociedade da Informação* pode ser uma expressão ou mesmo “uma adjetivação que revela em que se baseia o poder na atualidade.” (Sathler, 2006, p.35), melhor dizendo, a informação, o dado, o conhecimento divulgado, o conteúdo, passam a consubstanciar a riqueza do momento.

Nesse sentido, “a riqueza comum produzida autonomamente” (Dardot & Laval, 2017, p.200-201) tornou-se a preia. Por isso, o capitalismo refinou sua essência predatória a tal ponto que, além de manter o foco na prática do domínio da riqueza material, acrescentou às suas prioridades a “captura do ‘comum’ produzido pelo trabalho imaterial” (Idem) irremunerável disfarçado de lazer e entretenimento. A noção de imaterialidade ampliou o sentido de Comum atualmente comandada pelas estruturas de poder ligadas à economia de plataforma, as gigantes da web², que inauguram a fase cognitiva do capitalismo, o habitat talhado para efetivação da “mídiação”. É importante atentar que o alicerce dessa fase cognitiva é bem concreto pois, por mais que o discurso da imaterialidade reforce uma significação de abstração, não há produção sem maquinário. Os conteúdos não emergem do além, muito pelo contrário, a estrutura física que

2 Nascidas entre o final do século XX ou início do século XXI o combate entre as gigantes da web atuam de ponta a ponta no planeta: de um lato, a sigla GAFAM – Google, Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft, representa as cinco grandes empresas dos EUA, no extremo oposto oriente, quem está no comando é a sigla BATX que significa Baidu, Alibaba, Tencent e Xiaomi.

permite sua produção e difusão custa caro em termos financeiros, ambientais e humanitários. Por exemplo, o

consumo de energia da vasta infraestrutura industrial implantada pela nuvem é muito alto, equivalendo a cerca de 1,3% da produção mundial por ano. Manter a ilusão de que as tecnologias de comunicação que operam no território do virtual fazem parte de uma indústria limpa é cada dia mais difícil em função de que a poluição emitida por esses grandes centros de dados, particularmente pelos seus geradores a diesel, ativados em caso de falha de energia, aparece com uma frequência cada vez maior nas relações de infrações das normas ambientais relativas às emissões. (Domingues, 2017, p.6).

Ao mesmo tempo que são feitos significativos subsídios em inovações tecnológicas para fabricação de equipamentos de informática, dispositivos móveis, acessórios ligados a *computer vision*, soluções de *deep learning*, mídias algorítmicas³, entre outros, também empregam-se verbas consideráveis na invenção de métodos inteligentes para estimular a produção cognitiva, que se apresenta em texto e imagem, como conteúdo digital elaborado e reciclado. O sentido desse conteúdo? Está no controle de quem significa e ressignifica as mensagens difundidas. Vale acentuar que a inovação de códigos em imagens facilitou o espalhamento das informações. Mais do que isso, a incessante conversão imagética pelas mídias algorítmicas passou a colaborar, a partir do manejo sensorial, com a formatação das cognições para absorção dos valores formadores do comportamento de consumo de posições ligadas à ciência, à religião, à política, ao direito, à comunicação, à cultura, à saúde e às questões ambientais, humanitárias, sociais, entre tantas outras. E esse é o movimento da midiatização.

Concomitantemente a este movimento, crescem os aportes bilionários

3 “automatiza a transformação das mensagens, e não apenas sua conservação, reprodução e difusão (como as mídias que a antecederam)”. (Lévy *apud*, Domingues, 2017)

em técnicas de captura e armazenamento dessas mesmas produções cognitivas que se espriam em formato de vídeos, memes, *podcasts*, fotografias, ilustrações, *stickers*, *posts*, etc. nos ambientes cotidianos, via dispositivos informáticos, reforçando a ideologia do pensamento matricial que reconhece no sistema capitalista a base legitimadora dos modos de ser, pensar, agir, fazer escolhas ligadas ao consumo trivial, na mesma medida em que operam na tomada de decisões que podem alterar ou reforçar um cenário político.

Atualmente, é possível observar que a disputa pelo Comum ampliou-se e, por isso, além de ser premente entender a essência de seu significado, é crucial cogitar como o itinerário da midiaticização consubstanciou, ao longo do tempo, o Comum da/na atualidade. Pode-se afirmar que para administrar o Comum é preciso dominar a comunicação, uma vez que “o ‘comum’ pode ser ele mesmo, [...] seu centro evolutivo” (Sodré, 2014), seja em relação à comunicação hegemônica ou à comunicação contra hegemônica pois, paralelamente à fabricação de um Comum que é administrado pelas gigantes da web de ponta a ponta no globo,

o Comum também é reforçado por sua riqueza simbólica no interior da comunidade. Por isso, é o Comum que entra na disputa capitalista. Dominar o Comum por completo é dominar a Comunicação, inclusive, a brecha de escape que o próprio sistema não dá conta de controlar uma vez que explica, mas não a compreende seu processo. Logo, não é possível dominar o Comum por completo[...] (Saldanha, 2016, p.195)

Em síntese, o que impede a dominação por completo do campo comunicacional é sua abrangência e complexidade que pode ser apreendido em três “níveis de operação”: o vinculativo, ligado às relações interpessoais; o relacional, referente aos desenvolvimentos tecnológicos midiáticos financiados pelo mercado e o crítico-cognitivo (ou meta-crítico), embasados nos avanços científicos das investigações do campo comunicacional (Sodré, 2014). A alçada mercadológica é dominada e controlada por seus financiadores e a crítico-cognitiva é de alto

alcance compreensivo a partir da exposição dos resultados parciais e/ou conclusivos das pesquisas acadêmicas. O que obstrui o comando total do campo é a dificuldade em articular o aspecto relacional e o crítico cognitivo à complexidade das relações interpessoais pois, se beira o impossível dominar um universo tão heterogêneo como o das subjetividades, ficaria impraticável determinar o desenvolvimento da esfera vinculativa. E este seria o lugar onde a midiatização deveria enfatizar sua atuação, mas nem sempre consegue, pois nem sempre as mensagens que chegam fazem sentido, provocando uma fissura na circulação dos conteúdos, que pode levar a um átimo capaz de impulsionar uma mobilização de resistência.

Ou seja, os valores fundamentais dos três níveis de operação (vinculativo, relacional e crítico-cognitivo) nem sempre são coerentes. Segundo Sodré, a falta de nexos entre eles pode propiciar o desenvolvimento da midiatização através da disseminação da superficialidade do relacional para provocar a dispersão cognitiva e, por conseguinte, fragilizar ou mesmo esvaziar o pensamento crítico em dimensões expressivas das relações sociais.

O autor pondera sobre os impactos das veiculações nas relações sociais, sejam eles de ordem interpessoal ou crítico-cognitiva. Em outros termos, naturalizar o aspecto relacional no cotidiano pode limitar a capacidade reflexiva do receptor, reduzindo sua compreensão sobre comunicação ao aspecto mecanicista, próprio do paradigma funcionalista norte-americano. (Saldanha, 2021, p.297)

No entanto, como não há receituário pronto, quando as divulgações são muito afastadas do real da vida vivida, mas com conexão suficiente para que haja algum grau de decodificação, a midiatização pode avançar continuamente por dois caminhos: absorvendo os valores superficiais dos memes, *posts*, vídeos, clipes, etc, sem muita discussão e com grande impulsionamento da circulação dos conteúdos geridos pelas plataformas digitais. Ou, por outro turno, o exato momento da fissura pode despertar sentimentos de indignação, questionamentos

ou dúvidas corriqueiras capazes de provocar uma ruptura com o processo de midiaticização que circula o Comum fabricado, mas começa circular o Comum genuíno dos espaços onde a vinculação acontece, a exemplo dos ambientes comunitários e populares. Em ambos os casos a circulação passa a ser o lugar “movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (Braga, 2006, p. 28). É preciso, portanto, entender esses dois eixos de discussão sobre midiaticização, como veremos a seguir.

3. Da mediação à midiaticização do comum: dois pesos e duas medidas

Em conformidade com Stig Hjarvard, os primeiros estudos em midiaticização “interessavam-se pelo papel das mídias de massa e seu controle sobre os recursos comunicativos”. (Hjarvard, 2015, p.52). Todavia, para o autor, essa noção de controle centralizado entrou em xeque com a chegada do que ele chama de ‘novas mídias’. Nesse ponto, a partir de um questionamento do teórico alemão Winfried Schulz se a expansão das “novas mídias” seriam “o fim da midiaticização?” (Schulz *apud* Hjarvard, 2015, p.52), Hjarvard traz um ponto de vista sociológico para fundamentar as recentes discussões sobre o encadeamento entre “novas e velhas mídias” na cultura e na sociedade, a exemplo da percepção de “mundos midiaticizados” proposta por Hepp (2013) e Krotz e Hepp (2013), onde ambos exploram “a necessidade de uma aproximação que considera as práticas midiáticas em contextos delimitados da vida social” (Hjarvard, 2015, p.52). É nesse momento que Hjarvard propõe uma ótica institucional para o entendimento da midiaticização ao apontar para a

necessidade de considerar a agência humana como co-constitutiva da mudança social. [...] a partir de uma perspectiva de baixo para cima dos “mundos midiaticizados”, ao insistir na dualidade estrutura-agência e colocando a institucionalização de longo prazo dos padrões de interação social influenciados pela mídia no cerne da teoria da midiaticização.

(Hjarvard, 2015, p.52).

Assim, o autor centraliza a discussão sobre midiatização na “interação social influenciada pela mídia” deixando, portanto, a mídia (entendida como meios massivos e digitais de comunicação) como conceito chave no entendimento da comunicação “em si”. Esse raciocínio tem total coerência com a retomada da reflexão que Schulz faz sobre a própria pergunta sobre o fim da midiatização, quando afirma que as “[...] performances e funções básicas da mídia nos processos comunicacionais [...] torna o conceito aplicável a todos os tipos de mídias, velhas e novas” (*apud* Hjarvard, 2015, p.52).

Contudo, conforme dito antes, nem todas as perspectivas dos estudos de comunicação, onde será observada a ‘midiatização’ estão ligadas apenas a esta visão tecnicista como integradora do social. Conforme mencionado na síntese do campo comunicacional existe uma leitura do campo da comunicação que considera, além do lado mercadológico, suas conexões vinculativas e seu viés meta-crítico, como é o caso de uma das visões latino-americanas, como veremos mais adiante. Vale, por isso, resgatarmos pontos de vista latinos que já discutiam a questão da midiatização antes da virada para o novo século, como foi o caso do ensaio socio semiótico argentino Eliseo Verón (1997) *Esquema para el análisis de la mediatización*.

Nesta época já havia uma sinalização para referências metodológicas dos estudos de midiatização onde Verón diz que

a sociedade é midiatizada na medida em que a cultura, a lógica e as atividades da mídia atingem todas as práticas sociais, embora de modos específicos. Neste contexto, chamado de midiatizado, o funcionamento das instituições e suas práticas são diretamente afetados pela presença dos meios de comunicação. (Lopes, 2014, p.76)

Mais tarde, em 2002, Muniz Sodré não trata o termo referindo-o a “todas as práticas sociais”, mas define midiatização como uma

ordem de medições socialmente realizadas no sentido da comunicação como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de “tecnointeração” –, caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada medium. (p.21)

Trazer para o debate um entendimento anterior ao de midiatização, o de mediação, pode ser a pista para basear as duas correntes que trabalhamos no presente ensaio: a que entende a midiatização pela esfera tecnicista da interação centrada na centralidade dos meios de comunicação e a que entende a midiatização pela esfera da vinculação social baseada na perspectiva crítica que observa as afetações dos conteúdos em circulação nas relações humanas e ambientais.

A angulação latina não parece seguir a perspectiva totalizante, como a do norte global que estaria alinhada ao que Dardot e Laval (2017, p. 12) chamam de Cosmocapitalismo, ou seja, quando “as instituições, as atividades, os tempos de vida são submetidos a uma lógica normativa geral que os remodela e reorienta conforme os ritmos e objetivos da acumulação do capital.” Nota-se que, gradativamente, fortaleceu-se o processo de subsunção à lógica do capital, onde as mediações foram sendo substituídas por práticas de midiatização patrocinadas pelas novas modalidades comunicativas que, passo a passo foram reduzidas às operações relacionais orquestradas pela mídia e custeadas pelo mercado transnacional.

Logo, apesar das técnicas serem as mesmas, o propósito e o entendimento das comunicações não são pois, enquanto no norte global mediação é entendida enquanto “uso de um meio para comunicação e interação” (Hjarvard, 2015, p.53), na linha de pensamento latina a mediação se constitui no deslocamento do protagonismo dos meios, com foco na relevância das relações que as pessoas estabelecem com os meios. (Martin-Barbero ,2000). O autor reconhece a importância dos meios de comunicação mas, o que ele começou a chamar de mediação foram aqueles

espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio. Não havia exclusivamente um indivíduo ilhado sobre o qual incidia o impacto do meio, que era a visão norte-americana. Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espesso espaço de crenças, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana. Era essa espessura da cultura cotidiana, que, [...] na América Latina, era muito rica [...] (Martin-Barbero & Barcelos, 2000, p.154)

Esse pode ser um enlace entre mediação e midiatização na recente reflexão de Muniz Sodré que praticamente continua o pensamento puxado no início de sua construção teórica, em 2002, como citado anteriormente. O que é possível dimensionar hoje, principalmente por conta da propagação de sentido através da difusão imagéticas circuladas como mercadoria imaterial é que na

mediação uma imagem é algo que se interpõe entre o indivíduo e o mundo para construir o conhecimento; na midiatização, desaparece a ontologia substancialista dessa correlação, e o indivíduo (ou o mundo) é descrito, ele próprio como uma imagem gerida por um código tecnológico. (Sodré, 2014, p.108).

Em outros termos, se podemos compreender a mediação como uma comunicação entre duas partes, a midiatização pode ser uma ordem de mediação interpelada pelas dinâmicas de informação. Assim, pode-se dizer que no panorama atual, os espaços tradicionais estão na ordem da mediação, mas sofrem ação direta da midiatização uma vez que são atravessados e impactados pelas imposições mercadológicas espraia-das pelos meios massivos e digitais de comunicação.

4. Considerações continuadas e enlaces para pensar a midiatização latina

Neste trabalho específico, o interesse foi percorrer alguns enlaces teóricos para guiar um pensamento contra hegemônico com vistas a

edificar uma participação latino-americana, desta vez percebendo a mídia não só como meio de comunicação, mas como uma produção de sentido que ganha vida própria em espaços de sociabilidade (Sodré, 2002). Isto posto, já podemos contar com alguns prismas que indicam vigorosos posicionamentos teóricos sobre midiatização, que estão em curso.

As duas perspectivas consideram os meios dentro do que é tratado por “lógica da mídia”, mas com posições diferentes em relação ao conceito que propõe “uma lógica comum a todas as operações midiáticas” (Hjarvard, 2014, p.37). Para os nórdicos, por exemplo, a conceituação é positiva na medida em que tecnicamente trata-se de “uma abreviatura conceitual para os vários *modus operandi* institucionais, estéticos e tecnológicos adotados pelos meios de comunicação” (Hjarvard, 2014, p.36). Para os latinos, “tentar medir a importância dos meios em si mesmos, sem levar em conta toda essa bagagem de mundo, da vida, da gente, é estar falsificando a vida para que caiba no modelo dos estudos dos meios.” (Martin-Barbero, 2000, p.154).

Vale frisar que Hjarvard (2014, p.36) discorda das visões críticas do conceito de “lógica da mídia” pois, para ele, tal apreciação atrelada ao entendimento de que “uma racionalidade universal, linear ou única por trás de todas as instâncias midiáticas [tende a] obscurecer a compreensão das especificidades dos meios de comunicação” enquanto eixo estruturante para sua compreensão de midiatização. Para o autor, as interações são consequências das intervenções dos meios de comunicação, o que alinha sua posição à lógica norte-americana.

Já a linha latino-americana se equipara à ideia de Baudrillard pois, “o que é midiatizado não é o que sai nos diários, na televisão ou no rádio: é o que é interpretado pela forma do signo, articulado em modelos e administrado pelo ‘código’” (Baudrillard *apud* Hjarvard, 2014, p.32). Melhor dizendo, o conteúdo em formato digital capilarizado pelos dispositivos móveis denota a midiatização enquanto processo de espraiamento do Comum, seja a serviço dos ideários hegemônicos do

mercado, seja para disseminar o olhar da resistência como cerne da comunicação contra hegemônica. Isto porque, “hegemonia não é algo unívoco; [...] suas próprias estruturas internas são altamente complexas, e têm de ser renovadas, recriadas e defendidas continuamente; [...] do mesmo modo elas podem ser continuamente desafiadas e em certos aspectos modificadas” (Williams, [1973], 2005 p. 216).

Em linhas gerais, é como se o raciocínio estratégico estivesse no viés da reflexão latina sobre o conceito de midiatização e a posição nórdica ocupasse, nessa contenda, o lugar de ação tática, uma vez que trata apenas de um ângulo do campo comunicacional. E se a midiatização é estratégica, está sim atrelada a um pensamento linear e unilateral de uma comunicação dominante que tem e usa os meios para fins de difusão ideológica via dados em imagem para criar um sentido coletivo despido de análise crítica, uma vez que tem sim uma lógica própria, fechada em si e que cuida da manutenção do próprio poder.

É o que mostra a tipologia proposta por Winfried Schulz, como “ferramenta analítica muito útil para os estudos de midiatização” (Hjarvard, 2014, p.32) e apropriada para seus estudos empíricos que descreveram como a midiatização foi se expandindo e se entranhando em todos os segmentos da vida, a exemplo da política, da religião, da ciência e etc. Essa proposta de Schulz, não trata apenas das tarefas que, aos poucos, foram substituindo suas atividades presenciais por serviços mediados por algum meio de comunicação, a exemplo das operações bancárias (sem bancários e com aplicativos), dos serviços de supermercados (com caixas de autoatendimento e sem operador de caixa, ou por aplicativos) ou ensino a distância (sem professor). Mas refere-se também ao processo como a comunicação pessoal que passou a ser “facilitada” por meios de comunicação.

Essa avaliação unilateral acaba por reforçar um pensamento hegemônico quando não aborda, por exemplo, a falta de acesso a tais meios pela população de países com desigualdades econômicas, como os países do sul global, tampouco que o controle das informações midiatizadas

são majoritariamente administrados por países do norte global, principalmente pelos Estados Unidos. Pois bem, se no mundo existem 13 roteadores-raiz da Internet e 10 deles estão nos EUA (Sathler, 2006), pode-se dizer que é por ali que trafegam praticamente todos os dados midiáticos.

Existem roteadores-espelho em outras regiões do globo, que repetem todos os dados de um roteador-raiz, mas ficam na dependência destes últimos para atuais atualizações, o que pode significar seu isolamento no caso de uma crise. Ou seja, na prática, ainda que pareça difícil algo assim no presente, os EUA podem impedir um país de manter seus sites na Internet em funcionamento, ao retirar do ar todos os domínios que tenham o sufixo daquela nação. (Sathler, 2006, p.39)

Ora, não é possível reduzir a comunicação ao aspecto mecanicista, tampouco deixar de considerar tais enfoques, uma vez que a tecnologia faz parte da vida planetária contemporânea. O ponto do pensamento latino sobre a mediação é exatamente considerar os meios e suas produções de sentido, mas de maneira crítica, principalmente quando temos uma visão de campo que leva em conta em, equilibradamente, as dimensões mercadológicas, as sociais e as acadêmicas.

Bibliografia

- Braga, J. L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia: Dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo, Editora Paulus.
- Domingues, I. (2017). *Mídias Algorítmicas e Internet das Coisas: Impactos no Campo da Comunicação na Era da Informação Global*. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40, 2017, Curitiba. Anais Curitiba: Intercom, 2017, v.1, p.1-15. Disponível em: <https://www.portallintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-2158-1.pdf>
- Hjarvard, S. (2014). *A mediação da cultura e da sociedade*. São Leopoldo, Editora Unisinos.
- Hjarvard, S. (2015). Da mediação à mediação: A institucionalização das novas mídias. *PARÁGRAFO*, São Paulo, Casér Líbero, 2(3), pp.51-62. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/331>

- Laval, C., & Dardot, P. (2017). *Comum—Ensaio Sobre A Revolução No Século XXI*. São Paulo, Editora Boitempo. p.647
- Lopes, M. I. V. de. (2014). Mediation and reception. Some theoretical and methodological connections in Latin American communication studies. *Matrizes*, São Paulo, ECA-USP, 8(1), p. 65-80. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p65-80>
- Martin-Barbero, J., & Barcelos, C. (2000). Comunicação e mediações culturais. *Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, Intercom, 23(1), p.151-163. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/rbcc.v23i1.2010>
- Saldanha, P. G. (2016). “A ciência do comum”: a transcendência do bios midiático que reordena as vinculações cotidianas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 13(25), p. 191-195. São Paulo, ALAIC, Article 25. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/855>
- Saldanha, P. G. (2021). Publicidade Social e sua tipificação: Uma metodologia de transformação social. *Comunicação Mídia e Consumo*, São Paulo, ESPM, 18(52), p.292-313. Article 52. Disponível em: <https://doi.org/10.18568/cmc.v18i52.2538>
- Sathler, L. (2006). Cúpula Mundial sobre Sociedade da Informação: Desafios da governança global para Sociedade Civil. In J. M. de Melo, M. C. Gobbi, & L. Sathler (Org.), *Mídia Cidadã, utopia brasileira*. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo. p.35-46.
- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, Editora Vozes.
- Sodré, M. (2014). *A ciência do comum*. Petrópolis, Editora Vozes.
- Williams, R. (2005). Base e superestrutura na teoria cultural marxista. *Revista USP*, São Paulo, USP, 0(66), p. 209-224. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i66p209-224>

Investigación educativa y comunicación popular: reflexiones desde la interculturalidad crítica latinoamericana

Educational research and popular communication:
reflections from critical Latin American interculturality

Pesquisa educacional e comunicação popular: reflexões a
partir da interculturalidade crítica latino-americana

VÍCTOR A. DÍAZ ESTEVES¹

CIED - UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TEMUCO (CHILE)

PAOLA A. VARGAS MORENO²

IIE - UNIVERSIDAD VERACRUZANA (MÉXICO)

Resumen: En América Latina, la matriz colonizadora de la historia heredada nos lleva a preguntarnos: ¿qué función cumple la investigación educativa y la comunicación popular desde la perspectiva intercultural crítica? Entregamos aquí algunas reflexiones sobre el papel de la interculturalidad crítica en clave de lectura para la comprensión de problemas que han eclosionado en la investigación educativa y la

1 Investigador Asociado al Centro de Investigación Escolar y Desarrollo-CIED, Facultad de Educación, Universidad Católica de Temuco, Chile. Los aportes aquí vertidos se basan en dos investigaciones del autor: 1. Tesis de doctorado: Díaz (2020) y 2. Un estudio empírico en I.A.P.: Díaz y Hlousek (2020).

2 Actualmente realiza una estancia posdoctoral en el Instituto de Investigaciones en Educación de la Universidad Veracruzana (IIE-UV) con el proyecto "Sendas y trayectorias indígenas en la educación superior" (UV-UNAM-University of Bath), México. Los aportes aquí vertidos provienen de la tesis de doctorado de la autora: Vargas (2020).

comunicación popular, durante el sometimiento colonialista so pena de la mercantilización del neoliberalismo global, hegemonía del imperio y múltiples epistemicidios eurocéntricos en el contexto de las promesas de la modernidad -que según Quijano-, se pueden analizar desde el eje colonialidad/descolonialidad. Complementamos dichas reflexiones con los resultados de una Investigación de Acción Participativa (IAP) con agrupaciones culturales de La Araucanía en Chile (Díaz y Hlousek, 2020). Sus discursos evidencian procesos colectivos de participación comunitaria con fines cooperativos, luchas, demandas y resistencias. Esta, conforma la primera parte del trabajo para contextualizar la investigación empírica en Chile en educación y comunicación popular. La segunda parte, presenta los planteamientos epistemológicos de la comunicación popular y sus principales referentes en América Latina (Díaz, 2020). Y, finalmente, se aborda la interculturalidad como perspectiva crítica en investigación (Vargas, 2020) sobre la realidad indígena ecuatoriana, los colectivos en México y la educación terciaria con el fin de aportar a las reflexiones sobre la investigación educativa y la comunicación popular.

Palabras clave: investigación educativa, comunicación popular, interculturalidad crítica.

Abstract: In Latin America, the colonizing matrix of inherited history leads us to ask ourselves: what is the role of educational research and popular communication from a critical intercultural perspective? We deliver here some reflections on the role of critical interculturality in terms of reading for the understanding of problems that have hatched in educational research and popular communication, during the colonialist subjugation under penalty of the commodification of global neoliberalism, hegemony of the empire and multiple Eurocentric epistemicides in the context of the “promises of modernity” -which, according to Quijano-, can be analyzed from the coloniality/decoloniality axis. We complement these reflections with the results of a Participatory Action Research (PAR) with cultural groups from La Araucanía in Chile (Díaz

and Hlousek, 2020). Their speeches show collective processes of community participation for cooperative purposes, struggles, demands and resistance. These forms the first part of the work to contextualize empirical research in Chile in education and popular communication. The second part presents the epistemological approaches of popular communication and its main references in Latin America (Díaz, 2020). And, finally, interculturality is addressed as a critical perspective in research (Vargas, 2020) on the Ecuadorian indigenous reality, groups in Mexico and tertiary education in order to contribute to reflections on educational research and popular communication.

Keywords: educational research, popular communication, critical interculturality.

Resumo: Na América Latina, a matriz colonizadora da história herdada nos leva a nos perguntar: qual é o papel da pesquisa educacional e da comunicação popular a partir de uma perspectiva intercultural crítica? Entregamos aqui algumas reflexões sobre o papel da interculturalidade crítica em termos de leitura para a compreensão dos problemas que eclodiram na pesquisa educacional e na comunicação popular, durante a subjugação colonialista sob pena da mercantilização do neoliberalismo global, da hegemonia do império e da multiplicidade eurocêntrica. epistemicídios no contexto das “promessas da modernidade” -que, segundo Quijano-, podem ser analisadas a partir do eixo colonialidade/ decolonialidade. Complementamos essas reflexões com os resultados de uma Pesquisa Ação Participativa (PAR) com grupos culturais de La Araucanía no Chile (Díaz e Hlousek, 2020). Suas falas evidenciam processos coletivos de participação comunitária para fins cooperativos, lutas, reivindicações e resistências. Esta é a primeira parte do trabalho para contextualizar a pesquisa empírica no Chile em educação e comunicação popular. A segunda parte apresenta as abordagens epistemológicas da comunicação popular e suas principais referências na América Latina (Díaz, 2020). E, finalmente, a interculturalidade é abordada como uma perspectiva crítica na pesquisa (Vargas, 2020) sobre

a realidade indígena equatoriana, grupos no México e educação superior, a fim de contribuir para reflexões sobre pesquisa educacional e comunicação popular.

Palavras-chave: pesquisa educacional, comunicação popular, interculturalidade crítica.

“No hay diálogo, si no hay humildad. La pronunciación del mundo, con el cual los hombres [y mujeres] lo recrean permanentemente, no puede ser un acto arrogante”.

Paulo Freire (1921-1997)³

Introducción

América Latina es la cuna de la educación popular y de la comunicación popular. La investigación en este campo del conocimiento ha tenido vaivenes que exigen niveles de reconocimiento, a priori: una sucede a la otra y ambas convergen de forma permanente. Sin ahondar en estos aspectos, debemos señalar que la obra de Paulo Freire⁴, es inspiradora y continuadora de otras tantas, incluso del desarrollo de la comunicación popular y sus principales referentes de vasta trayectoria. No podemos hablar de comunicación popular sin hacer referencia a la educación popular, porque esta, le entrega el sello identitario a aquella que facilita su continuidad y permanencia.

Estos ingredientes se pueden complementar desde diversas miradas, pero partiremos, desde aquí para incluir otro desafío: incluir la interculturalidad como clave de lectura para la investigación en educación y comunicación popular, a partir de tres investigaciones empíricas:

3 Pensador crítico brasileño, filósofo, poeta, profesor y abogado, precursor de la educación popular y la pedagogía crítica en América Latina.

4 Hablamos de “Pedagogía del Oprimido” (1970), retroalimentada con su primera obra “La educación como práctica de libertad” (1969). Valga un homenaje a este pensador, filósofo, poeta, maestro y abogado precursor de la Educación Popular en América Latina, a 101 años de su nacimiento.

una sobre agrupaciones culturales (Díaz y Hlousek, 2020), otra sobre educación (Díaz, 2020) y una tercera sobre interculturalidad (Vargas, 2020). Cada una de ellas rige la hoja de ruta que proponemos en cada uno de los apartados: contextualización, epistemología y método; y resultados.

Concluimos en que la interculturalidad es un ingrediente transversal, no exento de dificultades, que forma parte de la diversidad de estudios en ciencias sociales y humanidades, entre ellos de la educación y la comunicación popular, que posee una rica historia en América Latina que la identifica y le otorga un sello propio y perspectivas amplias de análisis, centrado en las personas, especialmente, en las comunidades que se organizan y buscan respuestas a sus demandas, y que si prescindimos de ella, estaríamos incursionando en develar solo una parte de la realidad.

1. Voces desde La Araucanía en la Investigación Acción ante la matriz colonizadora

Anónimas, invisibilizadas y al margen de las más conocidas y difundidas a través de los medios masivos, son las 13 agrupaciones culturales participantes de una Investigación Acción Participativa (IAP) en la región de La Araucanía, al sur de Chile (Díaz y Hlousek, 2020). Ellas develaron formas diversas de expresión y comunicación popular hasta oponerse al Estado, cuya hegemonía evidencia espacios de exclusión de ideas -incluso a través de atractivos fondos concursables- como forma de perpetuar el poder y establecer, en palabras de Lander (2000), la “colonialidad del saber”.

No existe educación popular, ni comunicación popular sin experiencias comunitarias concretas (Kaplún, 1985). No es posible teorizar sobre educación y comunicación popular sin la praxis sistematizada. Las múltiples actividades que las personas organizan colectivamente para fines cooperativos han generado insumos para la construcción de un prisma epistemológico sólido que la hace singular. La dimensión

histórica, el compromiso político, el diálogo/dialogizante y la transformación social (Freire, 2005) son algunos de los elementos propios que la comunicación popular toma de la educación popular y los solidifica en su especificidad comunicacional. A partir del encuentro con otros, la comunicación popular desarrolla la participación y la horizontalidad, con énfasis en el modelo de los procesos: acción/reflexión/acción, opuesta al modelo de educación bancario tradicional que hace énfasis en los contenidos o al modelo de los efectos, que persigue el modelo conductista con énfasis en la productividad y los resultados (Kaplún, 1985).

El modelo de los procesos se focaliza en que la comunidad primero actúe, luego reflexione y finalmente actúe nuevamente. No se le impone, no se le manipula, no se le propone, no se le organiza: se le escucha. Muchas propuestas estatales llegan sin preguntar a las organizaciones. Freire instaló la pre-alimentación, abordada por Mario Kaplún o también con el “universo vocabular” internalizado por Jorge Huergo. Consiste en escuchar a las comunidades, saber sus necesidades, sueños e historias, para que busquen soluciones, reflexionen y actúen (Kaplún, 1985; Huergo, 2015).

América Latina, nutrida de experiencias diversas de pueblos originarios con sus prácticas, cosmovisiones y formas de vida. Por otra parte, las Comunidades Eclesiales de Base (CEBs), perseguidas en los 90 hasta su desaparición, con formas logísticas y filosóficas similares a las primeras comunidades cristianas que narran los Evangelios. Nuestro continente posee una extensa matriz colonizadora desde 1492 hasta nuestros días, y la educación y comunicación popular no pueden prescindir de ello. La Interculturalidad contempla lo que la historia de los pueblos revela. En el siglo XIX, en plena conformación de los estados-nación, se planificaron “blanqueamientos”. La “Pacificación de La Araucanía”, ocupación del Wallmapu en Chile en 1861, como parte de la Guerra de Arauco; “La Conquista del Desierto” entre 1878 y 1885 en Argentina (Nagy, 2018), que significó matanza, naturalización del genocidio y erradicación de pueblos mapuche, ranquel, pampa y

tehuelches en los extensos territorios del Puelmapu (Patagonia nororiental y pampa argentina), junto con la creación de verdaderos campos de concentración que más tarde replicaron en Auschwitz y otras ciudades de Alemania e Italia; el “Genocidio de la nación Charrúa”, tras la batalla de Salsipuedes en 1831, protagonizado por el ejecutor Bernabé Rivera, hermano de Fructuoso, el entonces presidente de la nación independiente, que comenzaba a denominarse: República Oriental del Uruguay (ex Banda Oriental).

Todos los intentos de exterminio y aniquilación, principalmente física, se prolongaron en el tiempo. Los intentos de invisibilizar a las comunidades indígenas continúan en la actualidad. Las sociedades neoliberales, imperialistas, colonizadoras se han encargado de paralizar el pensamiento cooperativo, participativo y comunitario. La crisis económica de los años 60, el modelo neoliberal imperante con “Chicago Boys”, la escasez de recursos durante los años 70 y 80, fueron perfilando un Chile polarizado. La redistribución del ingreso aún sigue siendo extremadamente desigual y ha generado cinturones de pobreza en todos los rincones del país. La región de La Araucanía ha sido la más vulnerable económicamente a nivel nacional desde la Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (CASEN), 2006, con un 25,8 % hasta la CASEN 2020, con un 5,9 %. Si bien se redujeron los porcentajes de pobreza extrema, por otro lado, La Araucanía sigue siendo una de las más vulnerables.

En este contexto surge la investigación sobre agrupaciones culturales, 3 años antes del estallido social #18oct2019. Un estallido que fue iniciado por demandas que reforzaron el pensamiento del pueblo chileno para exigir respeto a los derechos fundamentales: pensiones, previsión, educación, salud, vivienda, trabajo, transporte, alimentación, etc. Fueron estudiantes quienes expresaron primero sus demandas, pero también las bases comunitarias ya tenían un posicionamiento definido. En este contexto, surge la investigación sobre las agrupaciones de La Araucanía, quienes manifestaron sus necesidades, búsquedas y discursos.

La investigación se remonta a los años 2016 y 2017 en el marco de un convenio entre un ente estatal de financiamiento regional (x) y una universidad pública del sur de Chile (y).⁵ Si bien su objetivo inicial era, la incorporación de interlocutores de diversas agrupaciones culturales “aliadas” con la intención de estrechar lazos de manera sustentable que contribuyan con la construcción de políticas públicas en su beneficio, la propia metodología IAP y la diversidad de contextos complejos, entre otros motivos aleatorios, determinaron aspectos singulares de cada comunidad, que aportaron hallazgos novedosos a partir del análisis de sus semblanzas y discursos. Entre sus resultados se evidencia que “ante la imposibilidad de abarcar sus imaginarios colectivos en su totalidad, se intentó una aproximación a sus lógicas”, se habla de producciones cultural de sentido, que son en definitiva, sus “hitos y logros obtenidos” el mismo “ethos comunicacional popular que nos giró, al decir de Quijano (2014), hacia un cambio de paradigma para el buen vivir en el siglo XXI”. (Díaz y Hlousek, p. 16).

Se realizó un muestreo por conveniencia de 14 agrupaciones de la región de La Araucanía, de las cuales una de ellas solicitó, al final de la investigación, que prefería no figurar en la publicación, así que se restó. Metodológicamente, se optó por dos técnicas de recolección de datos: entrevistas abiertas y mapas semánticos o grafo léxicos, autobiográficos. Esta última, es una técnica de origen pedagógico, mayormente usada en el aula, que consiste en la realización de mapas conceptuales, para hacer graficar las ideas o conceptos, de manera didáctica, sobre alguna materia, cuestión o asunto mediante la técnica del dibujo (Campos, 2005; Heimlich y Pttelman, 2001; Johnson, Pittelman & Heimlich, 1986). Si bien, se ha empleado, principalmente en el aula,

5 Los autores Díaz, V. y Hlousek, R. agradecen el apoyo brindado por ambas instituciones (x-y) para bien de las comunidades, lo que favoreció la pronta publicación autónoma de sus resultados en la referencia citada en este mismo capítulo: Díaz y Hlousek, (2020). Próximamente se publicarán los resultados de manera oficial, por este motivo, se decidió proteger confidencialmente sus nombres.

también tiene un alcance investigativo. En este caso, los entrevistados diseñaron sus propios mapas conceptuales a partir de preguntas disparadoras u orientadoras de la reflexión, realizadas por los entrevistadores. Por ejemplo: “¿podrían a través de un mapa conceptual, graficar cómo se define la organización de la que Usted forma parte y cuáles son los conceptos clave que la identifican?”. Los mapas semánticos o grafos léxicos son definidos como “estructuración categórica de la información (...) ayudan a ver cómo se relacionan las palabras entre sí y activan el conocimiento previo” (Aguilar, Leo y Quezada, 2003: 5). Estos, permitieron identificar en profundidad, de manera gráfica, sintética, didáctica y lúdica, hacia qué perspectivas estaban orientadas sus luchas cotidianas en el sentido teleológico.

En cuanto a las etapas del trabajo de campo, se identifican cuatro: la primera, la “entrada”, se centró en conversaciones previas e informales con las organizaciones, en ella, se logró tomar un primer contacto con los participantes, conocer sus lugares de reunión, sus sedes, sus formas de organización, intereses, anécdotas e historias particulares. En la segunda etapa, se aplicaron entrevistas con preguntas abiertas, siempre grupales o con informantes clave, representantes de la comunidad. La tercera etapa consistió en la elaboración de los mapas semánticos, autobiográficos. En ellos se vieron reflejados los principales aspectos identitarios como agrupación cultural colectiva, sus luchas, sus metas y también, sus limitantes o principales amenazas. Finalmente, se produce la saturación de la información, y con ella la “salida” del campo. En esta etapa, se completa la información aportada y se procede al análisis crítico del discurso a través de un software de análisis cualitativo (Atlas.ti, v. 8.1). De este se desprenden 111 conceptos fundamentales de las agrupaciones culturales, reunidos en las siguientes categorías: mapas, territorios, educación, comunicación, culturas, políticas, cambio social e identidad.

Estas macro-categorías son palabras compuestas, plurales, colmadas de significados dinámicos, dependientes de los sujetos que los crean. Estos criterios son aportados por las propias agrupaciones que

conciben nociones dinámicas, plausibles de profundización de acuerdo al sujeto activo que las define. Sin lugar a dudas se habla de nociones en constante movimiento dialógicas y de confrontación (Díaz y Hlousek, 2020, p. 70).

Para esbozar convergencias con la investigación educativa y la comunicación popular, se puede enfatizar que esta investigación posee ambas características. Por una parte, pertenece a la investigación educativa (no formal), no sólo por la técnica empleada de los mapas semánticos, cuyo origen es pedagógico, sino porque persigue fines educativos tras el análisis que las agrupaciones declaran en sus discursos, con el impacto en sus destinatarios, niños, jóvenes y familias, principalmente. Por otro lado, la comunicación popular se hace visible en todas sus acciones y manifestaciones del cotidiano vivir, en sus anécdotas, intereses, sueños y prácticas políticas de transformación social. La interculturalidad surge como aporte a esta investigación desde el momento en que cada comunidad decide hacer acto de presencia para establecer diálogos críticos, contra-sistémicos, “desde abajo”. Es decir, los colectivos, con sus identidades claramente definidas y explicitadas en sus discursos, poseen rasgos característicos propios, que favorecen el intercambio intercultural. Por un lado, con las comunidades mapuche, cuya riqueza acrecienta las características de las organizaciones culturales, con su cultura ancestral, cosmovisión, costumbres y lucha por la soberanía y libre determinación en el Wallmapu. Por otro lado, las familias migrantes que han llegado a diversos puntos de Latinoamérica, principalmente, por motivos económicos, en busca de una mejor calidad de vida. Y finalmente, las agrupaciones culturales, que pertenecen a poblaciones, sectores urbanos de Temuco o rurales, de La Araucanía. Cada una de ellas, con sus historias y trayectorias de trabajo social comprometido con el territorio, la localidad, el medio ambiente y los recursos naturales. Sus luchas se hacen evidentes en exigir respeto por los derechos fundamentales y el cuidado del medio ambiente. Un fragmento, a una entrevista comunitaria, lo evidencia:

Para nosotros es importante porque debido a la constitución que tenemos no todos los derechos humanos son reconocidos en Chile como derechos fundamentales, entonces instalar los derechos humanos como un tema de educación e incorporarlo a la cultura que estamos creando entre todos es algo muy importante para nosotros, los derechos humanos que se han perdido, que se han minimizado estas últimas décadas, debemos darle un nuevo valor, posicionarlos, hacerlos ver, recrearlos si es necesario y apoyarlos en esas generalidades que son los derechos humanos para poder convertirlos en derechos fundamentales en Chile (Entrevista comunitaria, 2017, en: Díaz y Hlousek, 2020, p. 78).

Por unanimidad, las agrupaciones culturales expresaron su gran descontento con el sistema imperante, urgidos por un cambio radical, que logre sacar a la población del estancamiento opresivo de la desigualdad hacia el valor de la dignificación de la vida, como utopía:

Se ha negado el derecho a la educación, salud, a los recursos naturales, del suelo y subsuelo, que han sido expropiados, confiscados, por los grandes grupos económicos transnacionales, que siguen operando dentro del país llamado Chile, donde el mapuche y el pueblo chileno tienen derecho a la tierra. (Entrevista comunitaria, 2017, en: Díaz y Hlousek, 2020, p. 85).

La insatisfacción por la opresión sistemática que ha padecido la población chilena más humilde, durante las últimas décadas, ha provocado que diversos frentes se pronuncien. La esperanza de un país mejor, latente en sus prácticas y discursos, antes del 2017, avizoran cambios sociales. Finalmente, ocurre el #18sept19 tras el “Chile despertó”, y desde entonces, la esperanza de una nueva constitución mediante una asamblea consultiva, participativa y representativa, que logra visualizar humo blanco en el horizonte, con una mujer mapuche liderando el proceso, Elisa Loncón. En este escenario, y ante la nueva presidencia de Boric, candidato de izquierda que gana las elecciones 2021, nos preguntamos, desde la acción colectiva: ¿cómo se movilizan las bases

comunitarias? ¿cuál es la perspectiva epistemológica de la comunicación popular en dichas acciones y sus trayectorias latinoamericanas, en el contexto de esta investigación? Esto permitirá sustentar las presentes reflexiones para una mayor comprensión del fenómeno.

2. Perspectivas epistemológicas de la comunicación popular en América Latina

La horizontalidad, parte esencial del comunicacional anticolonial y anti-imperialista. La contra-hegemonía del oprimido se transforma en el ethos de la comunicación popular y de sus luchas cotidianas para las personas que buscan un buen vivir. La expresión “buen vivir” surge del quechua: *sumak kawsay*, vida en plenitud o *suma qamaña* que en aymara significa “vivir bien”. Este “llega a formar parte de la epistemología de la educación y la comunicación popular” (Díaz y Hlousek, 2020, p. 14).

La epistemología de la educación popular en América Latina, desde la mirada comunicacional, deviene del trabajo colectivo en diversos contextos desde Paulo Freire con la alfabetización de adultos, las de Freinet que impulsó los periódicos escolares en Francia, hasta sus propios seguidores: Augusto Boal con el Teatro del Oprimido en Brasil y Orlando Fals Borda con la Investigación Acción Participativa en Colombia. Los modelos pedagógicos críticos que se consolidaron entre los años 50, 60 y 70. En América Latina acuñaron la noción de desarrollo proteccionista, apoyado por la CEPAL, para mitigar la explotación económica a través de la fuga de “capitales golondrinas” de las empresas transnacionales. Luego de las dictaduras, los países se endeudaron y se volvieron “tercermundistas” sometidos a la Teoría de la Dependencia, los denominaron “países en vías de desarrollo” durante los 80 y 90. En este contexto, la comunicación popular fue haciendo su tarea educativa con el campesinado, las comunidades indígenas o las poblaciones sumidas en el analfabetismo.

Hablar de educación popular apela al sujeto popular y su cultura. “Las culturas populares centran sus búsquedas en la reconstrucción

de comunidades de sentido y en la (auto) reafirmación de sus identidades, exigiendo respeto en materia de derechos” (Díaz, 2009, p.77). Comunidades o minorías atraviesan “lo popular” y favorecen la expresión de sentir y pensar en el uso de una plena libertad, desarrollando personas sentipensantes.

Mario César Kaplún (Uruguay) lanza su obra: “El Comunicador Popular” en 1985, que refuerza la perspectiva horizontal que adopta la comunicación a la que adscriben múltiples autores latinoamericanos: Alfonso Gumucio (Bolivia), Luis Ramiro Beltrán (Bolivia), Antonio Pasquali (Venezuela), Juan Díaz Bordenave (Paraguay) y Daniel Prieto Castillo (Argentina). A partir de los 90 y 2000, se destacan en la teoría comunicacional y en la comunicación popular latinoamericana: Jesús Martín-Barbero (Colombia), Rosa María Alfaro y Rafael Roncagliolo (Perú); María Cristina Matta (Argentina), Fernando Reyes Matta (Chile) y Cecilia Peruzzo (Brasil), entre otros (Beltrán, 2006).

Debemos agregar también a José Luis Rebellato (2000), filósofo de la liberación, a través de la reflexión sobre la pedagogía crítica, la educación popular, la comunicación popular y la ética de la liberación como propuestas de cambio social radical en las políticas de educación y en la matriz ética de los educadores. En la actualidad, la educación desde los márgenes con la teoría de la decolonialidad con Walter Dignolo, Enrique Dussel, Santiago Castro-Gómez y Nelson Maldonado Torres; y desde la pedagogía crítica Henry Giroux, Peter McLaren, Michael Apple y Estanislao Zuleta; y desde los márgenes: Jorge Osorio y Marco Raúl Mejía postura crítica al eurocentrismo, el feminismo y los movimientos sociales latinoamericanos que impulsan ideales cuya vigencia cuestiona los grandes interrogantes del sistema educacional chileno y se mantienen en el tapete del debate: calidad, equidad, accesibilidad y gratuidad. (Díaz, 2020).

El trabajo de la educación y la comunicación popular en el territorio se convierte en parte esencial de la “realización histórica efectiva, no puede ser sino un complejo de prácticas sociales orientadas a la

producción y a la reproducción democrática de una sociedad democrática” (Quijano, 2014, pp. 847-848). Quijano lo traduce como “modo existencial social” que a su vez posee un “propio y específico horizonte histórico de sentido”. Todos estos sentidos propios de las colectividades organizadas se oponen radicalmente a las miradas oficialistas del estado benefactor a través de sus ofertas de fondos concursables para organizaciones comunitarias instaladas en los territorios. La investigación devela que estos sentidos propios poseen definiciones identitarias en las agrupaciones culturales que en palabras de Quijano se oponen de manera radical y alternativa a la “colonialidad global del poder y a la colonialidad/ modernidad/eurocentrada” (Quijano, 2014, pp. 847-848).

3. La interculturalidad crítica como aporte a la reflexión sobre Investigación educativa y comunicación popular

Tras situar tanto la educación como la comunicación de raigambre popular como procesos encaminados a la búsqueda de la emancipación de los oprimidos a partir de la praxis transformadora, cotidiana y colectiva, esto es, el potencial contrahegemónico de la educación y la comunicación que desde lo popular (el sur, los y las de abajo, los y las condenados de la tierra) se ha construido en Latinoamérica durante las últimas décadas; nos es preciso incorporar una perspectiva de análisis que sume para dimensionar los horizontes de posibilidad y resistencia implicados al apostar por lo educativo y lo comunicativo como escenarios para el (des)encuentro entre diferencias jerarquizadas, entre otredades construidas históricamente, entre culturas centro y culturas periferia: incluimos ahora una mirada intercultural para problematizar y sugerir caminos de reflexión y acción.

La organización indígena regional tras los 500 años de Conquista y los levantamientos de la década de los noventa serán hitos para entender el proceso de emergencia de la interculturalidad. Ecuador (1990) y México (1994) fueron testigos de las mayores movilizaciones indígenas

en Latinoamérica colocando en la agenda pública las demandas de los pueblos por reconocimiento, territorio, autonomía, educación propia, entre otras. Estos hechos han impactado de manera progresiva en los campos político y educativo latinoamericanos.

En este marco, para finales de la década de los 80 y principios de los 90, pero logrando presencia clara y creciente durante el siglo XXI en diferentes lugares de América Latina, la interculturalidad surge como alternativa frente al mestizaje homogeneizador y el multiculturalismo neoliberal.

En el ámbito educativo-comunicativo, la interculturalidad propone trascender el carácter lingüístico y de traducción propio de la educación convencional para indígenas, sumando al quehacer educativo los conocimientos, historias y valores propios-locales en un diálogo con la cultura nacional (mestiza - no indígena).

El modelo intercultural supone una educación ya no para los indígenas sino con y desde los indígenas, en donde comunidades y organizaciones participen activamente por la transformación de las realidades locales; se reconoce al sujeto colectivo indígena como activo constructor de su propia educación desde sus propios criterios y necesidades. En oposición a la jerarquización y compartimentación de las disciplinas a través de estructuras arbóreas y rígidas del conocimiento -en términos de Castro-Gómez (2007)-, la educación intercultural supone un diálogo horizontal y dialéctico entre conocimientos occidentales y no occidentales, un reconocimiento del carácter epistemológico de la sabiduría de los pueblos que parte de una relación complementaria entre cuerpo/naturaleza y mente/razón.

Así, la interculturalidad como proyecto coloca la disputa por la hegemonía más allá de la promesa legislativa y pretende contrarrestar la discriminación y exclusión producto de la modernización a través de nuevas instituciones y procesos de formación en donde los idiomas, los conocimientos y las visiones de mundo de las poblaciones étnico-culturalmente diferenciadas hagan parte de los contenidos curriculares,

las metodologías de enseñanza-aprendizaje. Esta apuesta implica, ineludiblemente, la participación protagónica de los cuerpos/sujetos individuales y colectivos.

Para el caso de América Latina, al observar con atención los contenidos de este discurso-promesa, es posible evidenciar que una parte gruesa e importante de la literatura en el campo propone una especie de dicotomía antagónica (aparentemente irreconciliable) para establecer los escenarios, los actores y las acciones que encarnan “lo deseado” y “lo no deseado”; en otras palabras, el discurso hegemónico sobre interculturalidad se basa en dicotomías antagónicas que pretenden definir desde dónde, quiénes y cómo se posibilita o imposibilita el cumplimiento de la promesa intercultural (Vargas, 2020).

“Desde abajo”, los proyectos y experiencias son soñados y diseñados desde las propias comunidades y organizaciones indígenas que, junto con aliados estratégicos, logran implementar experiencias más cercanas y pertinentes a las realidades locales en un afán por consolidar una educación propia, contrahegemónica y autónoma (Vargas, 2020).

En esta línea de argumentación, “desde arriba”, los Estados han trabajado en resolver el problema de la educación para indígenas a través de estrategias diversas que van desde la implementación de políticas de acción afirmativa hasta la creación de Instituciones Interculturales estatales. Esta direccionalidad supone un punto de partida específico, una posición particular, un “desde afuera” que, a pesar de los esfuerzos, ha sido reconocida como insuficiente e incapaz de canalizar efectivamente las demandas de las poblaciones indígenas.

Problemas como el acceso y la cobertura, la pertinencia y el vínculo con las comunidades, los contenidos curriculares entre el diálogo de saberes y el epistemicidio, el racismo emergente en las prácticas tanto burocrático-institucionales como de enseñanza-aprendizaje, entre otros, son asuntos sin resolver en esta deriva (Mato, 2018).

La literatura de las dos últimas décadas apunta a que esta incapacidad resulta de i) la permanencia recia de un proyecto de Estado liberal

(mononacional - monocultural), ii) una alianza entre este proyecto de Estado y el proyecto de desarrollo capitalista en su etapa neoliberal contemporánea; y, en consecuencia, iii) la continuidad de, por un lado, una agenda indigenista en el diseño de la política pública y, de otro, un sistema de educación homogéneo y homogenizante. En otros términos, el fracaso de estas experiencias radica en conservar y reafirmar como derrotero el proyecto de modernización capitalista (Vargas, 2020).

Por otra parte, “desde abajo”, la mayoría de las veces ante la ausencia del Estado y algunas otras ante la consigna explícita de querer permanecer por fuera de este, se han gestado diversas formas de organización desde lo comunitario y lo local, en los intersticios de la alianza Estado-capital, más allá del diseño hegemónico de política educativa estatal.

Las poblaciones étnico-culturalmente diferenciadas también ubican aliados de manera contingente y desarrollan experiencias variadas, flexibles y creativas, en donde la posición política e ideológica es explícita pues se pretende actuar de manera igualmente explícita contra el sistema educativo hegemónico que las ha negado, invisibilizado y/o subalternizado. La gestación de proyectos educativos emancipatorios, de carácter crítico, decolonial y al servicio de la transformación de las realidades locales, es el horizonte de posibilidad propuesto para contrarrestar la modernización capitalista (Vargas, 2020).

En este marco, dos son las definiciones posibles de lo intercultural; por un lado, se reconoce una «interculturalidad crítica» (Walsh, 2008), una apuesta que debe ser recuperada como «herramienta para la transformación y la emancipación» (Viaña, 2008, 2009; Santos, 2012), un «derrotero posible hacia la decolonialidad» (Bustamante y Vargas, 2010), una interculturalidad «política y politizada» (Garcés, 2009); un escenario en permanente construcción, «dinámico, político y conflictivo» (González & Rojas, 2013).

Walsh habla de la interculturalidad crítica como “complejas relaciones, negociaciones e intercambios culturales de múltiple vía, buscando la

concreción de interrelaciones equitativas a nivel de personas” (Walsh, 2008). La interculturalidad no hace referencia a un simple reconocimiento o tolerancia de la alteridad ni a procesos de esencialización de identidades étnicas inamovibles (...). (Garcés, 2009, p. 27).

Una apuesta por una interculturalidad crítica, implica no sólo dotar de significado la palabra, sino el compromiso con una acción en coherencia que se despoje de idealizaciones paralizantes o que omita las complejidades mismas de la tarea.

Incluir la interculturalidad -en su impulso crítico y en construcción situada-, como perspectiva para la reflexión, el acompañamiento y la comprensión de la investigación educativa y la comunicación popular, es quehacer permanente al que nos vemos llamados y comprometidos pues posibilitará la construcción de horizontes transformación basados en las necesidades, los intereses, las cotidianidades y los sueños de las comunidades y poblaciones concretas.

Conclusiones

Educación y comunicación popular, así como investigación educativa, de múltiples formas dependientes de los contextos, han caminado de la mano de una perspectiva intercultural con potencialidad crítica y hoy, entrando a la segunda década del siglo XXI, aún se ven retadas ante realidades adversas en donde es imprescindible abordar el problema de lo cultural entendido en su amplia complejidad (social, política, ética, comunicativa, transformativa).

El estudio de la comunicación popular y la investigación educativa exige, por tanto, un acto de reconocimiento, de humildad, de sinceramiento entre los que perseguimos por años estas temáticas: 1. Lo importante es la persona (el sujeto o actor: destinatario); 2. La comunidad (lo colectivo, la otredad, las otras y los otros en comunidad); 3. Las experiencias, acciones y reflexiones sistematizadas (historias) y 4. El compromiso ético, político, sociocultural y transformacional de una sociedad desigual (valores). Este reconocimiento es fundamental para

la construcción real de un diálogo intercultural crítico pues implica disponerse al encuentro con el otro/la otra/lo otro desde un carácter de incompletitud, tanto en el colectivo como en el individuo, conocer en su complejidad al otro y, en consecuencia, establecer canales de comunicación y negociación que implican confianza recíproca dependiendo de las capacidades, las experiencias y las potencialidades; solidaridad para compartir conocimientos, estrategias, recursos y agendas; y, en consecuencia, voluntad para distribuir el poder de decisión en las manos de los que participan en el diálogo. Esta comprensión del deber ser de la interculturalidad propone un diálogo más allá de la cultura, un diálogo que implique negociar las formas de lo político, lo económico y lo social a nivel local y nacional, en consecuencia, negociar las agendas públicas de inserción y participación política, los modelos de desarrollo económico más adecuados para la sociedad en su heterogeneidad y las estrategias para promover la justicia y la dignidad social.

La interculturalidad, expresa Garcés (2009), “hace referencia a prácticas en construcción y de enriquecimiento en el conflicto y en el forcejeo por lograr espacios de poder”. (Garcés, 2009, p. 27). Es imperativo gestar proyectos contra-hegemónicos interculturales que apelen y den voz, manos y aliento al sujeto popular y su cultura.

Así como las agrupaciones culturales de La Araucanía, frente a la complejidad que asume el poder estatal, prefirieron replegarse a la postulación de fondos concursables comunitarios, también reconocen la convivencia cotidiana en ese “conflicto y forcejeo” para conquistar espacios de poder, no un poder económico, ni dominante, sino, un poder que avale la libertad de acción, la confianza y la libertad de expresión en sus diversas formas. El estado de censura ya fue pionero durante muchos años en los peores momentos de nuestra historia. Ahora es tiempo de alcanzar sueños y utopías.

Experiencias similares se han vivido desde los levantamientos de las organizaciones indígenas en Ecuador y México. La Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE), así como el Ejército

Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), han estado en pie de lucha cotidiana contra el Estado y su estructura racista y colonial, encontrando tanto en el quehacer educativo (escuelitas y universidades propias, procesos autoformativos en territorio, etc) como en el quehacer comunicativo (radios comunitarias en lenguas originarias, campañas de intercambio y difusión con otras experiencias organizativas, etc.) estrategias para cambiar los pesos de la balanza.

En la Araucanía, una de las agrupaciones llamada Oveja Verde hablaba de “reciclar el viejo pensamiento”, es decir, que se centraban en “rescatar antiguos valores” que permitieran: “Una mejor coexistencia entre las personas, la recuperación de la memoria social, de la historia y costumbres”, pero también el cuidado del medio ambiente, en definitiva el buen vivir (Díaz y Hlousek, 2020).

La perspectiva interculturalidad crítica facilita ampliar las posibilidades de análisis, centradas en las personas como partes enraizadas a sus territorios y procesos comunitarios, especialmente allí en donde las poblaciones se organizan y buscan respuestas a sus demandas. Prescindir de ellas, sería develar sólo una parte de la realidad. La educación y comunicación popular, en este caso, habilita la posibilidad de entregar nuevos retos a la investigación en estos campos y, de esta manera, devolver a las comunidades lo que les pertenece. En palabras de un prestigioso abogado y comunicador chileno:

Qué duda cabe que vivimos un momento histórico único en la vida de nuestra República, escribimos una nueva Constitución para Chile con una clara e indiscutida participación de toda la gran pluralidad de culturas y comunidades que expresa nuestra sociedad. Es por ello que debemos atrevernos a poner en la discusión la inclusión de nuevos derechos fundamentales, uno de ellos es el derecho a la rebelión y/o resistencia contra una tiranía (Astudillo, 2022, p. 1).

América Latina tiene un largo trecho por transitar aún para que el derecho a la resistencia y a la rebelión se hagan efectivos, sin embargo, ya hay signos de que el horizonte se aproxima. La historia de las recientes

movilizaciones en varios países lo evidencian. La trayectoria de la comunicación popular hoy se vuelve un crisol de culturas y se enriquece ante procesos de interculturalidad. La investigación educativa se hace imprescindible desde el prisma intercultural crítico latinoamericano. Educación y comunicación popular convergen en presentar nuevos hallazgos desde la interculturalidad crítica para una investigación educativa popular.

Bibliografía

- Aguilar, M. A., Leo, O., & Quesada, T. (2003). *Los mapas mentales, los mapas conceptuales y los mapas semánticos*. Diseño de Instrucción II, Especialización en Informática Educativa, Decanato de Estudios de Posgrado, Universidad Simón Bolívar. Caracas, Venezuela. Disponible en: <https://n9.cl/fn630>
- Astudillo, F. *La rebelión y/o la resistencia son derechos fundamentales*, en *Reflexión y Liberación*, Santiago de Chile, 13 de enero de 2022. Disponible en: <http://www.reflexionyliberacion.cl/ryl/category/sociedad/>
- Beltrán, L. R. (2006). *La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo*, en *Revista Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación*, N°8, V.4, 53-76. Disponible en: <https://n9.cl/2urnq>
- Bustamante, L. y Vargas, P. (2010). *Alternativas Curriculares en Educación superior: Derroteros posibles hacia la decolonialidad. La experiencia de la Universidad Intercultural Amawtay Wasi (Quito, Ecuador)*. Tesis de Licenciatura en Educación Básica con énfasis en Ciencias Sociales. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, Colombia.
- Campos. A. (2005). *Mapas conceptuales, mapas mentales y otras formas de representación*. Cooperativa Editorial Magisterio. Bogotá, Colombia.
- Castro-Gómez, S. (2007). *Decolonizar la universidad. La hybris del punto cero y el diálogo de saberes*, en: Castro-Gómez, S. y R. Grosfoguel. *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Universidad Central, IESCO. Bogotá, Colombia.
- Díaz, V. y Hlousek, R. (2020). *Semblanzas y discursos de agrupaciones culturales con bases territoriales de La Araucanía*. Ed. Argus-a. Los Ángeles, EEUU-Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://n9.cl/p2mk8>
- Díaz, V. (2020). *Liderazgo escolar dialógico: estudio de caso en escuelas de la Región Metropolitana (2012-2017)*. Tesis de doctorado. Facultad de Pedagogía, Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Santiago de Chile. Disponible en: <https://n9.cl/jantg>

- Díaz, V. (2011). *Búsquedas y perfiles: comunicadores populares en América Latina*, en *Revista Izquierdas* N° 9, 137-150. ISSN: 0718-5049. Santiago de Chile. Disponible en: <https://n9.cl/hwnoo>
- Díaz, V. (2010). *Soberanía de la Comunicación Popular en América Latina*. Unión Gráfica Ed. Bogotá, Colombia.
- Díaz, V. (2009). *Lo popular no-rating. Soberanía de la comunicación popular en América Latina*, en *Revista Perspectivas de la Comunicación* N° 1, V.2, Universidad de La Frontera. Temuco, Chile. Disponible en: <https://n9.cl/kwxuv>
- Encuesta CASEN en Pandemia, Observatorio Social, Ministerio de Desarrollo Social y Familia. Disponible en: <http://observatorio.ministeriodesarrollo-social.gob.cl>
- Encuesta Panel CASEN 2006, Observatorio Social, Ministerio de Desarrollo Social y Familia. Disponible en: <http://observatorio.ministeriodesarrollo-social.gob.cl>
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI. México.
- Garcés, F. (2009). *De la interculturalidad como armónica relación de diversos, a una interculturalidad politizada*, en Mora, D. *Interculturalidad crítica y descolonización*. N° III-CAB, 21-49. La Paz, Bolivia.
- Gómez, J. (2017). *Aproximaciones semióticas a la interculturalidad*, en *Repensar la interculturalidad*. UArtes Ediciones. Guayaquil, Ecuador.
- González, E. y Rojas, A. (2013). *Proyectos locales, autonomía educativa y resistencia indígena*, en: M. Bertely, G. Dietz & M. Díaz (Coord.) *Estado del Conocimiento. Área 12. Multiculturalismo y Educación, 2002-2011*, 273-298. ANUIES COMIE. México.
- Heimlich, Joan y Pittelman, Susan. (2001). *Elaboración de mapas semánticos como Estrategia de aprendizaje*. Trillas. México. Disponible en: <https://il-ide.info/doc-viewer>
- Huergo, J. (2015). *La educación y la vida: un libro para maestros de escuela y educadores populares*. Ediciones EPC. La Plata, Argentina. Disponible en: <https://n9.cl/28hjj>
- Johnson, D. D., Pittelman, S. D., & Heimlich, J. E. (1986). *Semantic Mapping. The Reading Teacher*, N° 8 V. 39, 778-783. Disponible en: <https://n9.cl/jtgsww>
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Ediciones CIESPAL, CESAP-Radio Nederland y Ministerio Holandés para la Cooperación al Desarrollo, Quito, Ecuador. Disponible en: <https://n9.cl/18d0r>

- Mato, D. (2018). *Educación Superior y Pueblos Indígenas: Experiencias, estudios y debates en América Latina y otras regiones del mundo*. Revista del CISEN Tramas/Maepova, N° 2, V.6, 41-65. Universidad Tres de Febrero. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://n9.cl/s4pa5>
- Nagy, M. (2018). *Un relato perdurable: la realización simbólica en el genocidio de los pueblos originarios en Argentina*, en *Revista De Estudios Sobre Genocidio*, N° 13, 63-79. Universidad Tres de Febrero. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://n9.cl/wgkdb>
- Quijano, A. (2014). *Bien vivir entre el desarrollo y la des/colonialidad del poder*. En: *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico/estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. Biblioteca CLACSO. Buenos Aires, Argentina.
- Quijano, A. (2000). *Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina*, en Lander, E. (Comp.). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales, perspectivas latinoamericanas*. CLACSO/UNESCO. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://n9.cl/ny58t>
- Rebellato, J. L. (2000). *La encrucijada de la Ética. Neoliberalismo, conflicto norte-sur, liberación*. Nordan. Montevideo, Uruguay.
- Santos, B. (2012). *De las dualidades a las ecologías*. Serie: Cuadernos de Trabajo N°18. Red Boliviana de Mujeres Transformando la Economía REMTE. La Paz, Bolivia.
- Vargas, P. (2020). *Más allá de la dicotomía “desde arriba” vs. “desde abajo”. Educación Superior Intercultural en Ecuador y México. Apuntes para la construcción de un campo*. Tesis de doctorado. UNAM. México.
- Vargas, P. (2014). *La interculturalidad imposible: Relaciones entre el proyecto educativo indígena y el estado ecuatoriano. El caso de la Universidad Intercultural Amawtay Wasi*. Tesis de maestría. FLACSO. Quito, Ecuador.
- Viaña, J. (2008). *Reconceptualizando la Interculturalidad. El estado del debate sobre los derechos de los pueblos indígenas. Construyendo sociedades interculturales en América Latina y el Caribe*. Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América latina y El Caribe. La Paz, Bolivia.
- Walsh, C. (2009). *Interculturalidad como herramienta de emancipación. Hacia una redefinición de la interculturalidad y sus usos estatales*. Instituto Internacional de Integración, Convenio Andrés Bello. La Paz, Bolivia.
- Walsh, C. (2008). *Interculturalidad y Plurinacionalidad: Elementos para el debate constituyente*. Universidad Andina Simón Bolívar. Quito, Ecuador.

II. Histórico y coyuntural

A sustentabilidade nas políticas públicas para o audiovisual comunitário

Sostenibilidad en las políticas públicas del audiovisual comunitario

Sustainability in public policies for community broadcasting

ADILSON VAZ CABRAL FILHO¹

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE (BRASIL)

Resumo: Os aspectos econômicos, políticos, tecnológicos e sócio-culturais que enfrentam as iniciativas do setor audiovisual comunitário proporcionam uma importante precariedade apesar dos contextos históricos de luta pela apropriação de suas práticas e pela democratização da radiodifusão e da comunicação. Tendo em conta a situação atual de pulverização de acessos e a fragmentação dos laços comunitários, esta investigação estabelece, a partir de pesquisa bibliográfica

1 Professor Titular do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Bolsista de Produtividade de Pesquisa do CNPq - nível 2 (2021-2024). Cientista do Nosso Estado pela FAPERJ (2022-2025). Doutor e Mestre em Comunicação Social na Universidade Metodista de São Paulo - UMESP, com pós-doutorado em Comunicação na Universidade Carlos III de Madrid. Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE - Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência. Integra o LaPA - Laboratório de Pesquisa Aplicada do PPGMC-UFF e o grupo de pesquisa Comuni. Autor de livros e artigos em Políticas de Comunicação, com ênfase em Comunicação Comunitária, atuando principalmente nos seguintes temas: políticas de comunicação, democratização da comunicação, apropriação social das TICs, comunicação comunitária e digitalização das comunicações. Número ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8132-6675>. Email: acabral@comunicacao.pro.br.

e documental, uma trajetória que parte de um primeiro mapeamento das iniciativas, caracterizando suas barreiras político-econômicas, sócio-culturais e tecnológicas, para entender as políticas públicas destinadas a superar seus limites, a partir de sua viabilidade e sustentabilidade por meio do compromisso do Poder Público.

Palabras clave: televisão comunitárias, políticas de comunicação, direito humano à comunicação.

Resumen: Los aspectos económicos, políticos, tecnológicos y socio-culturales a los que se enfrentan las iniciativas del sector audiovisual comunitario proporcionan una importante precariedad a pesar de los contextos históricos de lucha por la apropiación de sus prácticas y por la democratización de la radiodifusión y la comunicación. Teniendo en cuenta la situación actual de pulverización de los accesos y la fragmentación de los lazos comunitarios, esta investigación establece, a partir de la investigación bibliográfica y documental, una trayectoria que parte de un primer mapeo de las iniciativas, caracterizando sus barreras político-económicas, socioculturales y tecnológicas, para comprender las políticas públicas destinadas a superar sus límites, desde su viabilidad y sostenibilidad a través del compromiso del Poder Público.

Palabras clave: televisiones comunitarias, políticas de comunicación, derecho humano a la comunicación.

Abstract: The economic, political, technological and socio-cultural aspects that face the initiatives of the community audiovisual sector provide an important precariousness despite the historical contexts of struggle for the appropriation of its practices and for the democratization of broadcasting and communication. Taking into account the current situation of pulverization of access and fragmentation of community ties, this research establishes, based on bibliographic and documental research, a trajectory that starts from a first mapping of the initiatives, characterizing their political-economic, socio-cultural

and technological barriers, to understand the public policies aimed at overcoming their limits, starting from their viability and sustainability through the commitment of the Public Power.

Keywords: community TVs, communication policies, human right to communication.

Introdução

As limitações que o audiovisual comunitário vem sofrendo nos distintos países latino-americanos abrangem aspectos econômicos, políticos, tecnológicos, além de sócio-culturais, consolidados ao longo do tempo pelo Poder Público e relacionados a interesses de agentes corporativos do setor (MORAES, 2011). A restrita regulamentação da radiodifusão comunitária, a complexidade da infraestrutura de transmissão, bem como a democratização sedutora da atuação na Internet, possibilitando acesso e ampliação do potencial de emissão, levam a um incômodo impasse em se alcançar a luta histórica pela apropriação dos meios e pela democratização da ponta da emissão e da programação por um lado, mas ver a pulverização do acesso fragmentar os laços comunitários, com implicações significativas na articulação política em contextos distintos, do comunitário ao nacional.

Os ainda resistentes ativistas das mídias comunitárias buscam viabilizar a permanência das próprias iniciativas que conduzem, mas colocam em segundo plano a capacitação sobre questões técnicas e de captação de recursos. Em virtude das dificuldades cotidianas que enfrentam, perdem legitimação junto a empreendedores e à própria população local, que passam a se referenciar em outras mídias.

A sustentabilidade na formulação de políticas públicas para o setor comunitário de comunicação passa a ser um elemento chave na compreensão da atuação recente do setor, como já propôs Gabriel Kaplún (2019). Dessa forma, a pesquisa desenvolvida no marco do projeto “Sustentabilidade das TVs comunitárias no Estado do Rio de Janeiro” foi estruturada a partir do apoio da FAPERJ - Fundação de Amparo

à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro, pelo Edital APQ1 de apoio à pesquisa. Se propõe a um primeiro mapeamento de iniciativas, para posterior caracterização de seus entraves político-econômicos, socio-culturais e tecnológicos, visando compreender possibilidades de superação de limitações a partir da formulação de políticas públicas para o setor compreendido como anões em terras de gigantes (Campos e Melo, 2017), buscando caracterizar perspectivas de viabilidade e sustentabilidade que ressaltem o compromisso do Poder Público com a estruturação de tais iniciativas.

1. Conceitos e teorias base / Abordagem metodológica

A partir de pesquisas bibliográfica, documental, além do mapeamento de iniciativas e competências, bem como de entrevistas semi-diretivas, esta pesquisa se dispõe a caracterizar alternativas de fomento e identificar pistas para formular demandas a serem assimiladas como políticas públicas comprometidas com a sustentabilidade do setor, além de estreitar relações entre gestores, produtores, população em geral e patrocinadores em potencial. Toma como foco 5 cidades da Região Metropolitana do Estado do Rio de Janeiro com maior população e PIB (Produto Interno Bruto), a saber: Rio de Janeiro, Niterói, São Gonçalo, Nova Iguaçu e Duque de Caxias.

Dada a configuração de possibilidades de atuação, independente da existência ou relevância de regulação específica, faz-se necessária uma primeira reflexão exploratória em torno de iniciativas do audiovisual comunitário brasileiro, que conjugam conquistas já demarcadas em legislações existentes e práticas possibilitadas por novos fluxos de produção e circulação do audiovisual comunitário, a saber:

(1) canais comunitários em sistemas de TVs por assinatura (Lei de TV a Cabo 8977/1995 (Brasil, 1995), incorporada pela Lei 12485/2011 (Brasil, 2011), de Serviço Condicionado à Assinatura;

- (2) Canais da Cidadania², cujo Decreto data de 2006 (Brasil, 2006), apesar da restrita adesão e indisposição por parte dos municípios;
- (3) Iniciativas em plataformas streaming ou Vídeo sob Demanda (VoD) por parte de iniciativas comunitárias e/ou independentes (tais como Afroflix, Video Camp, Todes Play e a recém-criada Itaú Cultural Play);
- (4) canais de coletivos independentes (em webtv's, YouTube e plataformas semelhantes);
- (5) eventos e festivais que visibilizam a produção audiovisual de populações marginalizadas e produtores comunitários, como o Visões Periféricas, além de
- (6) espaços de mobiliário urbano espalhados na cidade, com potencial para serem trabalhados com conteúdos audiovisuais.

A ausência de comprometimento do Poder Público para com a implementação das políticas existentes, especialmente no que diz respeito aos canais comunitários e da cidadania, faz com que os realizadores busquem na Internet um lugar para dar continuidade a suas iniciativas (Giannotti, 2016), mesmo que com defasagem no domínio do funcionamento da rede, além da fragmentação crescente de iniciativas comunitárias audiovisuais.

Vale lembrar que o Brasil não conta com legislação que permita implementar tv's comunitárias de sinal aberto, já que a Lei para o setor de radiodifusão comunitária, promulgada em 1998, apenas viabiliza a implementação de rádios comunitárias. Mesmo assim, a partir de uma potência de no máximo 25 watts, raio de 1 km de extensão de seu sinal, com torres distantes no mínimo 4 km uma da outra e que não estejam a mais de 30 metros do nível do mar. Logo, iniciativas de transmissão de sinal de tv são compreendidos como uso indevido do espaço radioelétrico pela legislação nacional que rege o setor no geral, o Código

2 O primeiro Canal da Cidadania no Brasil é o da cidade de Salvador-BA, intitulado TV Kirimurê - <https://tvkirimure.wordpress.com/>.

Brasileiro de Telecomunicações, de 1962.

Por outro lado, a existência das poucas e restritivas políticas para o setor não garantem por si a implementação nem mesmo a viabilidade das iniciativas comunitárias de comunicação (Lima, 2011). Não apenas por serem limitantes em relação ao alcance e à sustentabilidade, mas principalmente, pela ausência de comprometimento do Poder Público para viabilizar as políticas através da capacitação e da sustentação de iniciativas, num contexto de regulamentação estreitamente relacionado aos vínculos familiares (Aires e Santos, 2017).

Dessa forma, a descontinuidade ou o esvaziamento de experiências de tvs comunitárias em diferentes municípios leva ao seguinte problema: como caracterizar adequadamente o mapeamento dessas iniciativas e suas implicações? Identificar as poucas, mas resistentes, tvs comunitárias, além de reconhecer a descontinuidade de tantas iniciativas não necessariamente leva a compreender que se esteja minimizando a importância da radiodifusão como espaço a ser reivindicado pela sociedade organizada e realizadores de comunicação comunitária (Peruzzo, 2007). Por outro lado, cabe identificar com clareza as descontinuidades, aproximações e caminhos que levaram as distintas iniciativas a suspender suas atividades, buscar rumos diferenciados em virtude de oportunidades encontradas ou enfrentar impasses e resistir na busca por estratégias de superação de suas condições.

Cabe reconhecer que, dos municípios que compõem o foco dessa pesquisa, apenas a cidade do Rio de Janeiro mantém canal comunitário de tv a cabo³ ativo e participativo, transmitido também pela Internet, com programação variada a partir de organizações que se envolvem tanto na programação, como na gestão da associação. A cidade de Niterói descontinuou seu canal desde 2015, apesar de já ter tido boa participação e extensa movimentação, com acervo físico atualmente mantido junto ao Instituto de Educação Física da Universidade Federal

3 TV Comunitária do Rio de Janeiro, TVC-Rio - <http://www.tvcomunitaria.rio/>

Fluminense e um canal no Youtube⁴; Duque de Caxias mantém página Web, mas não atualiza sua programação na TV a Cabo, nem mesmo equipe que compõe o canal em seu site; Nova Iguaçu e São Gonçalo não dispõem de tv comunitária, embora contem com iniciativas bem interessantes em Comunicação e Cultura em seus municípios.

Nenhuma dessas cidades adotou Canais da Cidadania, que como política está disponível desde 2006 e regulamentada especificamente desde 2012. Tais canais possibilitariam a implementação de faixas de programação de organizações locais da sociedade. Tampouco contam com plataformas próprias de *streaming*, embora seja possível a existência de participações pontuais de produtores independentes de uma ou outra cidade. Eventos que mobilizam tais produtores, como festivais ou mostras - tais como o Iguacine - Festival de Cinema da Cidade de Nova Iguaçu - são interessantes como referência, mas não há políticas de ocupação de espaços de mobiliário urbano espalhados ao longo das cidades.

Dada a apresentação geral desse cenário, a ausência de políticas públicas capazes de prover recursos ao alcance de realizadores favorece o surgimento de canais de coletivos independentes, não necessariamente ligados a grupos, coletivos, organizações e movimentos sociais, mas orientados à viabilidade comercial mediante patrocínios e parcerias diversas ou à articulação com grupos políticos locais.

2. Políticas para uma comunicação sustentável

Uma combinação de fatores leva as iniciativas de comunicação comunitária a se manter por um voluntariado que muitas vezes investe suas próprias economias na aquisição e manutenção de equipamentos, tornando ainda mais relevante o debate sobre formas de permanência e sustentabilidade para o setor. Em função desse cenário, enfrentam um

4 TV Comunitária de Niterói - <https://www.youtube.com/channel/UCf-I7oOODW01H8bAlkqmjQg/featured>

considerável dilema diante da consolidação da tecnologia digital e das mídias sociais: a reivindicada ampliação da emissão de conteúdos não se traduziu na disseminação de iniciativas orgânicas capazes de proporcionar desenvolvimento local ou transformação social (Bringe, 2013).

As políticas para a sustentabilidade das emissoras comunitárias precisam levar em conta a implementação de fundos públicos via chamadas amplamente convocadas (implementadas por algum órgão do governo, incluindo o próprio orçamento relacionado à propaganda institucional) ou o suporte a formas autônomas de apoio (por atividades de captação de recursos, doações ou o envio de projetos junto a fundações e órgãos públicos ou terceiro setor) (Cabral Filho, 2015).

Em perspectiva, as políticas públicas de Comunicação, que tiveram visibilidade a partir da Constituição Federal de 1988 (Brasil, 1988) e materialidade nas décadas seguintes, estão encontrando limites para viabilizar e consolidar a sustentabilidade de iniciativas de comunicação comunitária, que deveriam ser um pilar importante do sistema de Comunicação no Brasil, tal como proposto na 1ª Conferência Nacional de Comunicação (1ª CONFECOM, 2009).

Não se trata de realçar a radiodifusão comunitária a despeito das tecnologias digitais e mídias sociais, mas de compreender as ainda necessárias emissoras de tv comunitária no contexto de um ambiente multiplataforma, através da definição de fundos públicos e da possibilidade de fontes privadas em contextos que precisam ser melhor caracterizados, de forma transparente e acessível pelo poder público. Características também ressaltadas pelos Princípios de diversidade e pluralismo da AMARC para o setor (AMARC, 2010).

Outro aspecto de extrema relevância, para além da formulação de políticas públicas comprometidas com a viabilidade e a sustentabilidade do setor, é a mobilização social pela legitimação dessas iniciativas de comunicação comunitária na sociedade, diante de limitações políticas, econômicas e tecnológicas. A importância da ocupação do espaço eletromagnético justifica a disputa pela existência de iniciativas

comunitárias de tv (Pieranti, 2017), sendo o meio acadêmico de fundamental importância para consolidar essa demanda junto a sociedade organizada e aos jovens, sendo as escolas um lugar relevante, através de iniciativas de mídia-educação.

3. Desenho de cenário / Formulação de propostas

Para além do próprio reconhecimento nas legislações nacionais, da viabilidade do setor pela reserva de espectro e de normas e critérios que definam identidades, objetivos e atribuições do setor, cabe compreender a mobilização por políticas públicas de comunicação mais democráticas como uma necessidade de afirmar o compromisso do Estado com as atribuições de formular, implementar, monitorar e avaliar políticas públicas, fiscalizando e até mesmo capacitando e fomentando as iniciativas de comunicação comunitária, buscando garantir aos setores comunitários / sem fins lucrativos uma divisão de espectro que lhes compreenda um terço do espectro e um terço da verba governamental para incentivo ao setor.

Essa perspectiva abre espaço para a análise de diversos aspectos relacionados à afirmação dessas iniciativas nas legislações dos países latino-americanos, tais como os tipos de concessão / outorga; limites de alcance, frequência e potência; possibilidades a formação de rede; participação social na gestão, na programação e na gestão, além de aspectos relacionados à sustentabilidade, como fundos de apoio, limites de publicidade, patrocínio e apoio cultural (Cabral Filho e Cabral, 2011).

Em estudo pioneiro junto aos governos progressistas na América Latina, Dênis de Moraes analisou a transformação então em curso pela sua capacidade de “superar a histórica letargia do Estado diante da avassaladora concentração dos setores de informação e entretenimento nas mãos de um reduzido número de megagrupos nacionais e transnacionais” (2009, p.20).

São imprescindíveis iniciativas como a elaboração de um mapa das legislações existentes sobre o setor em países da América Latina,

realizado pela investigação do Programa de Legislações e Direito a Comunicação da AMARC-ALC (América Latina e Caribe), que “comparou marcos regulatórios sobre radiodifusão de 29 países dos cinco continentes, a fim de identificar as melhores práticas em legislação e políticas públicas dirigidas a reconhecer e promover a rádio e a televisão comunitárias” (cf GERMANO, 2010). No entanto, para além de identificar o aproveitamento de janelas de oportunidade nos países progressistas, cabe acompanhar transformações no continente, com atenção especial para:

- a compreensão de um modelo distinto do predominantemente público-estatal da Europa Ocidental (fortalecida em função da conjuntura política de meados do século XX, mas igualmente ameaçada pelo avanço de empresários do setor) e do predominantemente privado-comercial dos Estados Unidos (consideradas limitações e tensionamentos relacionados a aspectos econômicos, políticos e tecnológicos), superando a dicotomia público-privado na identificação de um mesmo patamar do qual deriva o terceiro setor, no qual privado (Mercado) e público (Estado) se organizam a partir do social ao qual se submetem;
- a contextualização de reflexões em torno de Epistemologias / Comunicologias do Sul, na medida em que valores que distinguem a comunicação comunitária da pública e da privada, são pautados na afirmação de direitos humanos, a partir de contribuições e lutas contra a exploração e a opressão que atingem a todos, articulando América Latina a outros continentes, na medida em que formam base de condições similares de exploração, expressando a afirmação da preservação, reparação e integração de povos indígenas originários, bem como a diversidade no continente.
- por fim, a existência de uma nova onda conservadora como reação à onda rosa progressista em alguns países latino-americanos, incidindo em processos de radicalização negativa e de polarização intensificada, demanda a recomposição de princípios e perspectivas que formularam

a demanda recente por políticas afirmadoras dos direitos humanos, incidindo na atualização de novas e bem vindas perspectivas para as Políticas de Comunicação Comunitária na América Latina.

Esse breve cenário de opções concretas a serem exploradas demanda a compreensão e a disposição de muitos setores que estavam articulados quando da elaboração e implementação da I CONFECOM: movimentos sociais, movimentos pela democratização da comunicação, ativistas das iniciativas comunitárias de comunicação e integrantes do Poder Público, além de associações e grupos de pesquisa que lidam mais diretamente com o setor precisam não apenas proporcionar sua visibilidade e reconhecimento em suas proposições, como compreender possibilidades de atuação relacionadas diretamente com a materialização de suas potencialidades.

Tendo sido realizada em 2009 e ainda não reivindicada em favor de sua continuidade, a I CONFECOM se configura como espaço privilegiado de cogestão entre Estado e Sociedade, bem como se caracteriza como um importante tecido social que o movimento pela democratização da comunicação necessita resgatar, além de servir como referência para compor articulações possíveis a inspirar iniciativas comunitárias de rádio e televisão nas diversas cidades brasileiras.

Considerações finais

A caracterização de mecanismos que possibilitem a sustentabilidade das mídias comunitárias é um aspecto fundamental nas políticas públicas de comunicação, que não podem se dar ao luxo de desperdiçar janelas de oportunidade para serem viabilizadas (cf Moraes, 2011). Apesar de buscarem caminhos variados para seguirem existindo, as iniciativas de audiovisual comunitário não contam com suporte político para sua viabilidade. Por serem um aspecto específico dessa formulação política, precisam ser colocadas num contexto mais amplo de viabilidade para mobilizar uma maior amplitude de setores sociais pela sua acolhida e implementação (Silva e Moraes Filho, 2016).

Em primeiro lugar cabe identificar boas práticas regulatórias que compreendam a pluralidade e a diversidade de experiências, dentro de um fazer comunitário nas práticas comunicacionais que compreenda uma convergência de mídias e de iniciativas, compreendendo a radiodifusão como um território a se afirmar, articulado a um ambiente ubíquo de convergência transmidiática em ambientes multiplataforma, compreendendo atributos como a armazenagem e a memória acessível de dados, a banda larga, as mídias sociais, a mobilidade geolocalizada e a definição de perfis e conteúdos pautados em algoritmos.

O regramento legal que viabiliza a radiodifusão comunitária precisa ser reformulado para caracterizar iniciativas comunitárias de tvs, compreendendo estímulos de capacitação e fomento a distintas participações de grupos, movimentos e organizações na gestão, programação e produção de conteúdos, incluindo a formação de novas audiências e futuros produtores, bem como criando instrumentos de fiscalização para garantir pluralidade e diversidade dessas emissoras (Germano, 2010).

A constituição dessa plataforma de articulação implica na mobilização de setores sociais, acadêmicos, culturais, entre outros, identificando temáticas chave a serem abordadas na potencial produção e veiculação de conteúdos, compartilhando linguagens mais eficientes a serem trabalhados em programas com distintos formatos, em função dos diferentes públicos. Os proselitismos de caráter pessoal, empresarial / organizacional, político ou religioso, que não caracterizem a aproximação desse setor com o privado, precisam ser também inviabilizados na regulação, para além do texto legal que já os explicitam.

Tal articulação permitiria compreender esse outro sistema, para além do estatal e do privado, caracterizando sua importância no marco legal geral do setor, mesmo que não explicitamente indicado na Constituição Federal. Trata-se de contar com o Estado para simplificar processos e capacitar emissoras no envolvimento com patrocinadores em potencial, sejam eles públicos ou privados. Mais uma vez, nesse aspecto,

as universidades podem representar um especial apoio, principalmente no que diz respeito a projetos relacionados à Publicidade e ao Marketing de caráter social.

Não se trata apenas de afirmar um “terceiro setor” distinto do estatal e do privado, mas de estabelecer um outro setor com características distintas, a partir de propostas descomprometidas com o lucro, capazes de garantir atuação profissional, sematrelamentos a empresas ou governos. No entanto, faz-se necessário evidenciar a visibilidade legal de apoios financeiros possíveis a essas emissoras, bem como necessários suportes ao enfrentamento da burocracia e à necessidade de capacitação técnica que lhes traria consistência.

Bibliografia

- 1ª CONFECOM (2009). *CONFERÊNCIA Nacional de Comunicação*. Disponível em http://www.confecom.com.br/down/propostas/relatorio_aprovada_completo.pdf.
- Aires, J.; Santos, S. dos (2017). *Sempre foi pela família*. Rio de Janeiro, Brasil: Mauad X.
- AMARC (2010). Asociación Mundial de Radios Comunitarias. *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Disponível em http://legislaciones.amarc.org/40Principios/40_Principios_diversidad_pluralismo_libro.pdf.
- BRASIL (1962). *Lei 4117, de 27/08/1962*. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 05/08/1962.
- BRASIL. *Constituição Federal de 1988*. Promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm.
- _____ (1995). *Lei 8.977, de 06/01/1995*. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 09/01/1995.
- _____ (2006). *Decreto 5.820, de 29/06/2006*. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 30/06/2006.
- _____ (2011). *Lei 12.485, de 12/09/2011*. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 13/09/2011.
- Bringe, A. C. (2013). *La comunicación para el cambio social: ¿nos acerca o nos aleja?* In Martínez, H. M.; Brandariz, L. V. (coords.) *Comunicación y desarrollo*. Buenos Aires: Argentina, La Crujía.

- Cabral Filho, A. (2015). *Nossa TV Digital: o cenário internacional da apropriação social da digitalização da TV*. Rio de Janeiro: Brasil, e-Papers.
- _____; Cabral, E. D. T. (2011). Mídia da sociedade civil, direitos à comunicação e a transição para o digital no Brasil: estabelecendo uma estrutura analítica para uma perspectiva comparada internacional. In *Revista Brasileira de Políticas da Comunicação*, v. 1, p. 1-14. Disponível em <http://www.rbpc.lapcom.unb.br/pdf/RBPC-1-1.pdf>.
- Campos, M. A. e Melo, M. J. L. (2017). *Anões na terra dos gigantes: a comunicação comunitária televisiva no Brasil*. Lisboa: Portugal, Frenavatec.
- Germano, G. G. (2010). Principios para un marco regulatorio democrático sobre rádio y televisión comunitaria. In Gumúcio-Dagrón, A. y Herrera-Miller, K. *Política y legislación para la radio local en America Latina*. La Paz: Bolívia, Plural.
- Giannotti, C. S. (org) (2016). *Experiências em Comunicação Popular no Rio de Janeiro ontem e hoje*. Rio de Janeiro: Brasil, NPC / FRL.
- Kaplún, G. (2019). ¿Vivir o sobrevivir? Sostenibilidad de las alternativas mediáticas en Uruguay. Montevideo, Udelar / FES.
- Lima, V. A (2011). de. *Regulação das comunicações: história, poder e direitos*. São Paulo: Brasil, Paulus.
- Ministériodas Comunicações. Portaria 489, de 18/12/2012. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19/12/2012.
- Moraes, D. de (2011). *Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação*. Rio de Janeiro: Brasil, Mauad/Faperj.
- _____. (2009). *A batalha da mídia: governos progressistas e políticas de comunicação na América Latina e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Pão e Rosas.
- Peruzzo, C. (2007). *Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local*. Rio de Janeiro: Brasil, Mauad X.
- Pieranti, O. P. (2017). *Políticas Públicas de Radiodifusão no Governo Dilma*. Brasília: Brasil, Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação.
- Silva, J. D. da; Moraes Filho, I. (Org.) (2016). *Sobre a mídia que queremos: comunicação pública, direitos humanos & democracia*. 1ed. Olinda: Brasil, Centro de Cultura Luiz Freire.

A comunicação popular e comunitária face à pandemia e às mudanças climáticas

La comunicación popular y comunitaria
ante la pandemia y el cambio climático

Popular and community communication
in the face of the pandemic and climate change

ANA CRISTINA SUZINA

LOUGHBOROUGH UNIVERSITY LONDON (REINO UNIDO)

Resumo: Este ensaio considera a pandemia e a projeção das mudanças climáticas como um cenário distópico consolidado para apresentar o potencial e os desafios da comunicação popular e comunitária, tomando-a como modelo capaz de responder a demandas sociais e políticas em situações de crise. A análise parte de três características, tomadas como aspectos normativos da comunicação popular e comunitária, que são a abordagem horizontal (de baixo para cima), o vínculo com lutas sociais, e a criação de modelos alternativos de mídia. A primeira dimensão é discutida a partir de relatos e análises de experiências de comunicação durante a pandemia, principalmente no Brasil. A segunda dimensão associa o caráter político da comunicação popular, principalmente, ao contexto de uma campanha internacional que rejeita a atribuição de caráter natural aos desastres e convoca para uma leitura crítica e contextualizada dos mesmos. A terceira dimensão, que envolve mídias alternativas, retoma a experiência da pandemia para abordar a necessidade de desenvolvimento de modelos antissistêmicos, que superem a tendência de entender estratégias digitais como principais ou únicas

soluções para desafios no campo da comunicação e da mudança social no futuro próximo.

Palavras-chave: comunicação popular e comunitária, pandemia, mudanças climáticas

Resumen: Este ensayo toma la pandemia y la proyección del cambio climático como escenario distópico consolidado para presentar las potencialidades y desafíos de la comunicación popular y comunitaria, considerándole como modelo capaz de responder a las demandas sociales y políticas en situaciones de crisis. El análisis parte de tres características, tomadas como aspectos normativos de la comunicación popular y comunitaria, que son la horizontalidad (de abajo hacia arriba), la vinculación con las luchas sociales, y la creación de modelos mediáticos alternativos. La primera dimensión se discute a partir de relatos y análisis de experiencias de comunicación durante la pandemia, principalmente en Brasil. La segunda dimensión asocia el carácter político de la comunicación popular, principalmente, al contexto de una campaña internacional que rechaza la atribución de carácter natural a los desastres y reclama una lectura crítica y contextualizada de los mismos. La tercera dimensión, la que involucra a los medios alternativos, retoma la experiencia de la pandemia para abordar la necesidad de desarrollar modelos antisistémicos que superen la tendencia a entender las estrategias digitales como la principal o única solución a los desafíos en el campo de la comunicación y el cambio social en el futuro próximo.

Palabras clave: comunicación popular y comunitaria, pandemia, cambio climático

Abstract: This essay places the pandemic and the projections of climate change as a consolidated dystopian scenario to present the potential and challenges of popular and community communication, taken as a model capable of responding to social and political demands in crisis situations. The analysis starts from three characteristics, taken as

normative aspects of popular and community communication, which are the horizontal approach (from the bottom up), the link with social struggles, and the creation of alternative media models. The first dimension is discussed based on reports and analyses of communication experiences during the pandemic, mainly in Brazil. The second dimension associates the political character of popular communication, mainly, to the context of an international campaign that rejects the attribution of natural character to disasters and calls for a critical and contextualized reading of them. The third dimension, that involves alternative media, takes up the experience of the pandemic to address the need to develop anti-systemic models that overcome the tendency to understand digital strategies as the main or only solutions to challenges in the field of communication and social change in the near future.

Keywords: popular and community communication, pandemic, climate change

Introdução

Não precisamos mais esperar pelo Armagedom, Apocalipse ou qualquer outro evento associado com o fim dos tempos. Ele já está presente. Porém, em vez de um fenômeno único e universal, se apresenta em diferentes escalas, localizações e proporções por todo o mundo, entrecruzado por dois eventos transversais que são o aquecimento global e a pandemia de Covid-19. Inundações, terremotos, vulcões em atividade, tempestades de poeira, calor acima do humanamente suportável, um vírus e suas diferentes mutações, movimentos políticos e sociais conservadores; a lista pode se estender longamente.

Neste ensaio, esse cenário de desastres não é, portanto, tomado como uma perspectiva futura ou hipotética, quer dizer, como um destino que pode ser evitado por completo. Pelo contrário, ele é visto como um fato consolidado, que permite discutir o papel da comunicação popular e comunitária em um mundo em que, por um lado, a pandemia pode,

assim se espera, ser controlada, mas cujo vírus continuará presente e exigindo cuidados e precauções e, por outro lado, as mudanças climáticas se consolidam como uma realidade que, igualmente, espera-se que sua gravidade máxima possa ser evitada, mas seus efeitos já são sentidos. Parte-se de uma realidade distópica para ponderar sobre aprendizados e projeções sobre um novo lugar possível e esperado para a comunicação popular e comunitária.

A reflexão vai se organizar ao redor de três papéis que podem ser assumidos pela comunicação popular e comunitária nesse cenário. O primeiro é o de um recurso efetivo durante e imediatamente após situações de crise. Esse aspecto será discutido a partir de observações sobre a mobilização da comunicação popular e comunitária durante a pandemia de Covid-19, principalmente no Brasil, mas com exemplos complementares de outros lugares. O segundo papel está associado à prevenção das crises e, para isso, o caráter eminentemente político, sobretudo da comunicação popular, será tensionado junto à perspectiva de que desastres não são naturais (Chmutina, von Meding, & Bosher, 2019). O terceiro e último papel posiciona a comunicação popular e comunitária como um modelo alternativo antissistêmico, sobretudo em relação à tendência massificante do corporativismo digital.

Em alguma medida, esses três papéis estão relacionados com as três dimensões que, em outros trabalhos (Suzina, 2021; 2018), venho apresentando como aspectos normativos da comunicação popular segundo a tradição latino-americana. A primeira dimensão é seu caráter horizontal e circular, que se associa com a ideia de uma comunicação “com os pés no barro”, que se destaca na abordagem ao papel da comunicação durante e após as crises. A segunda dimensão é a que considero mais carregada de densidade política, porque é a que situa a comunicação popular em uma luta pela definição de sentidos na sociedade. Numa leitura freireana da comunicação, esta é a dimensão responsável pela passagem de uma pessoa ou comunidade do estado de objeto para o estado de sujeito capaz de definir sua própria história. Mais precisamente, Freire fala da capacidade de “nomear o mundo” (Freire, 1987).

Finalmente, a terceira dimensão diz respeito a um modelo alternativo de apropriação e desenvolvimento de meios de comunicação, como discutido no terceiro papel sugerido na presente reflexão.

Comunicação popular e comunitária durante e após uma crise: o valor da proximidade

Em abril de 2020, pouco depois dos primeiros anúncios de medidas restritivas no Brasil, principalmente sobre a mobilidade, a Rede de Comunicadores Solidários e a TV Nestante iniciaram uma série de conversas virtuais chamada “O Fio da Comunicação”, que teve como objetivo discutir a comunicação solidária em tempos de Covid-19¹. Entre as pessoas participantes, estavam muitos comunicadores e comunicadoras de movimentos populares e de comunidades periféricas de várias regiões do Brasil e da América Latina, que relataram um cotidiano desafiador, mas também criativo, para fortalecer ações de comunicação em seus territórios e ajudar a orientar e proteger suas populações durante a pandemia. A XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã, realizada de forma virtual em junho de 2021, também resgatou relatos e análises de iniciativas semelhantes². Muito se falou de soluções e limitações propostas e impostas pelo uso massivo de plataformas digitais. Com base nesses intercâmbios, porém, é possível dizer que a comunicação popular e comunitária, desenvolvida no cotidiano dos territórios, cumpriu um papel igualmente fundamental.

Muitos comunicadores e comunicadoras populares evocam a ideia da comunicação “pé no barro” para explicar a essência de seu trabalho.

1 A Rede de Comunicadores Solidários é uma iniciativa que nasceu a partir de mobilizações de profissionais da comunicação associados à, hoje extinta, União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) e voluntários da Pastoral da Criança (Silva & Pinheiro, 2021). Todas as conversas da série Fio da Comunicação estão disponíveis no canal da TV Nestante no Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=OWiq6aEUido&list=PLeUPfd1avJy7bV6BMMyBBTAT43NTq4zFpE>

2 Relatos de experiências e estudos sobre iniciativas de comunicação durante a pandemia foram organizados no GT5 e podem ser acessados na página do evento: <https://abpcom.com.br/2021-abpcom-unesp-evento-online/>

Essa alegoria expressa, resumidamente, a estreita conexão que a comunicação popular tem com o contexto em que nasce e se desenvolve. Cílicia Peruzzo fala de uma comunicação do povo, pelo povo e para o povo (Peruzzo, 1998), evocando a participação direta das pessoas envolvidas e/ou afetadas com os temas tratados nessa dinâmica comunicativa. Em pesquisas anteriores (Suzina, 2018, 2020), observei que esse princípio normativo da comunicação popular se refere à disposição para viver a experiência e compartilhar a urgência daquilo que é comunicado.

Como em diversas outras ocasiões, no contexto da pandemia, tal exercício envolveu adaptação e inclusão de linguagem. Majo Centurión, comunicadora atuante na Federación por la Autodeterminación de los Pueblos Indígenas (FAPI), no Paraguai, falou da produção e transmissão de programas nas línguas das diferentes nações indígenas paraguaias³, por exemplo. Mas as medidas de isolamento e indicações sanitárias significaram também recriar canais de comunicação e ir além da circulação massiva e uniformizada de informações.

Ed Wilson Araujo, jornalista, presidente da Associação Brasileira de Radiodifusão Comunitária no Maranhão (Abraço-MA) e membro da Agência Tambor⁴, destacou o necessário mergulho na realidade das comunidades, para produzir conteúdo significativo em uma série de programas de rádio com foco na pandemia⁵.

Para produzir, conversei com esses radialistas [nas bases] para entender qual a necessidade informativa das comunidades ouvintes. São eles que estão ouvindo essas pessoas, recebendo suas perguntas, suas queixas. Tem muitas pessoas que ainda precisam das informações primárias e nós tratamos de ir ao encontro dessas necessidades das audiências. (Araújo, programa O Fio da Comunicação n.5, 2020)

3 Ver O Fio da Comunicação n.6: <https://www.youtube.com/watch?v=xz0Ytun4BRM&list=PLeUPfd1avJy7bV6BMyBBTAT43NTq4zFpE&index=6>

4 A Agência Tambor é um veículo de comunicação multiplataforma da cidade de São Luís do Maranhão, dedicado ao webjornalismo: <https://www.agenciatambor.net.br/>

5 Ver O Fio da Comunicação n.5: <https://www.youtube.com/watch?v=FQLufGB5qig&list=PLeUPfd1avJy7bV6BMyBBTAT43NTq4zFpE&index=5>

Estratégias de comunicação visual, interpessoal e grupal também foram resgatadas e aprimoradas, aliando a necessidade de informação com aspectos afetivos e de expressão de solidariedade. Francisca Rodrigues, jornalista comunitária, descreveu a realidade na favela de Paraisópolis (Nestante, 2020), no coração da cidade de São Paulo, onde residem mais de 100 mil pessoas. Ali, o uso das redes sociais foi complementado por um reforço nos programas de rádio, carros de som e cartazes espalhados pelo bairro, porque “nem todas as pessoas têm acesso à Internet”. Em Paraisópolis, uma das ações de maior efetividade foi a organização de “presidentes de ruas”.

A gente orienta esses presidentes de ruas. ... Os presidentes de rua são voluntários, pessoas que residem em algumas ruas e se dispõem a ajudar os vizinhos. Essas pessoas conhecem os vizinhos, elas sabem quem precisa de uma cesta básica, quem está precisando de um atendimento médico, etc. Ele identifica o morador que tem uma necessidade, aciona os serviços disponíveis e faz a distribuição. Cada voluntário é responsável por atender 50 famílias. (Rodrigues, programa O Fio da Comunicação n.5, 2020)

Os relatos falam, sobretudo, de uma comunicação que alia racionalidade e afetividade. Vanusa Linhares, comunicadora popular em Itapipoca, Ceará, destacou mensagens que ajudavam a manter a esperança e a alegria, em meio a desafios e perdas (Nestante, 2020). Joelma Viana, jornalista e coordenadora da Rede de Notícias da Amazônia, mencionou a cobertura de histórias de solidariedade, de cuidados recebidos e de superação das dificuldades como estratégia para manter a conectividade entre as pessoas, apesar do distanciamento físico (Nestante, 2020). E mesmo a apropriação das plataformas digitais, frequentemente destacada no contexto da pandemia, foi apresentada junto a outras dimensões quando associada à comunicação popular e comunitária. Os relatos de experiência e as análises de práticas de comunicação durante a pandemia, apresentadas na *XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã*, trouxeram vários exemplos disso.

Como destacado em um dos debates do grupo de trabalho *Comunicação Cidadã: Gênero, Raça, Diversidade e Redes Colaborativas no Contexto da Pandemia*, “a campanha era pra ficar longe, e nós precisávamos encontrar maneiras para permanecer juntos” (Suzina, 2021). Nesse grupo, a pesquisadora em pós-doutorado Cosette Castro (2021) apresentou uma análise das “Rodas Virtuais de Cuidado e Autocuidado em Tempos de Pandemia: um projeto digital da ONG CFEMEA”, em que mulheres ativistas usaram as redes sociais para se encontrar e “cuidar de quem cuida”. Tendo em conta que as mulheres cuidadoras terminavam adoecendo mais no contexto da pandemia, esse espaço serviu para lhes dar a oportunidade de falar delas mesmas, compartilhar cuidados e soluções simples para o cotidiano.

Os esforços também contribuíram para reforçar aspectos de participação no desenvolvimento das iniciativas de comunicação. Wanessa Marinho, assessora de comunicação do Centro de Tecnologias Alternativas da Zona da Mata (CTA-ZM) - a partir de uma análise feita em colaboração com Lílian Moura e Rodrigo Teixeira, pesquisadores da Universidade Federal de Viçosa - relatou a experiência do *podcast* “Nossa Prosa”, produzido pelo CTA-ZM. Como outros comunicadores e comunicadoras trabalhando no contexto da agricultura familiar, ela observou um avanço no empoderamento das plataformas. Segundo Marinho, “os agricultores fazerem seus próprios vídeos era sempre um obstáculo. Durante a pandemia, recebemos muito áudio e muito vídeo de pessoas que tinham vergonha, que se apoiavam no meu trabalho exclusivamente pra fazer os programas” (Suzina, 2021). O debate sobre essas experiências destacou a transposição de um momento, antes da pandemia, em que havia uma separação clara entre quem pensa e quem faz a comunicação: “vinham as demandas; ficava tudo muito descolado e, na pandemia, os comunicadores precisaram estar mais integrados ao processo como um todo” (idem). Ao falar do trabalho com a rede de agricultura urbana no Rio de Janeiro, o doutorando Rodrigo Morelato acrescentou ainda que o aumento da produção de *podcasts*, com maior adesão e

participação das comunidades, recuperou a cultura do radioposte, valorizando o espírito coletivo (idem).

A observação desses diferentes relatos e análises revela o caráter dinâmico e efetivo da comunicação popular e comunitária no contexto de desastres e crises, porque ela é constituída por iniciativas que vão além da transmissão racional de informações, para incluir uma afetividade necessária nessas situações. A resiliência nasce da mobilização combinada de razão e emoção, a partir de um esforço permanente para tirar as pessoas de um estado de vulnerabilidade e atingir, em conjunto, o estado de resgate de suas próprias capacidades de superação e recuperação.

A comunicação popular e comunitária rompe o ciclo de dependência, porque carrega a informação de sentido no construto simbólico de cada grupo ou comunidade. Neste sentido, a apropriação do smartphone, ferramenta tão celebrada no processo de digitalização da sociedade, aparece como um meio de transmitir e compartilhar histórias, para além de multiplicar massivamente informação produzida por terceiros. Rodrigues, de Paraisópolis, destacou que pessoas da comunidade expressaram “se sentir assistidas” – portanto, mais que informadas – por meio das ações realizadas (Nestante, 2020). A proximidade, característica fundamental da comunicação popular e comunitária, se torna um atributo diferencial e fundamental da comunicação nesse contexto.

Comunicação popular e comunitária como prevenção de crises: o papel conscientizador

Do mesmo modo que muitas estatísticas mostraram que, nos mais diversos países, as maiores vítimas da pandemia de Covid-19 foram as populações já habitualmente mais vulneráveis – pessoas idosas, migrantes, pessoas vivendo nas ruas, indígenas, pessoas negras, etc. –, as projeções das mudanças climáticas prenunciam igualmente efeitos devastadores do aquecimento global junto a populações que já enfrentam situações adversas extremas. Algumas dessas projeções falam de

movimentos migratórios massivos decorrentes da futura inospitalidade ambiental de territórios atualmente densamente populados. Neste contexto, a comunicação popular e comunitária pode desempenhar um papel fundamental de esclarecimento das pessoas em relação a seu lugar nessa história e, portanto, a seus direitos. Tal afirmação estabelece uma associação direta entre a narrativa dominante sobre um desastre e a percepção pública sobre problemas mais amplos, o que se conecta ao debate sobre a construção ou transformação de visões de mundo.

A campanha *#NoNaturalDisasters* diz que o termo ‘natural’ “desencadeia a ideia de que, independentemente das decisões tomadas pelos humanos, o evento ocorreria de qualquer maneira e há pouco que nós, seres humanos, possamos fazer para alterá-lo, devido às suas origens naturais” e, ainda, que a “atribuição de culpa pelos desastres à natureza, ou a um “ato de Deus”, absolve os poderosos tomadores de decisão da responsabilidade de permitir ou forçar as pessoas a viver em condições vulneráveis” (Blanchard, n.d.).

A partir de extensa pesquisa, Ksenia Chmutina, Jason von Meding e Lee Boshier (2019) destacam que “os desastres são socialmente produzidos” e que a associação entre os termos desastre + natural engana a compreensão e a possível gestão dos danos, mas principalmente dos riscos. Os autores acentuam a relevância de nomear os eventos como uma força motriz que influencia a forma como as pessoas percebem os desastres e lidam com eles, incluindo como absorvem processos de vulnerabilização.

A literatura está repleta de exemplos que mostram que um desastre não acontece a menos que as pessoas sejam vulneráveis devido à marginalização, discriminação e acesso desigual a recursos, conhecimento e apoio. Essas vulnerabilidades são reforçadas (intencionalmente ou não) pelo desmatamento, urbanização rápida, degradação ambiental e mudanças climáticas. (Chmutina, von Meding, & Boshier, 2019, p. 2)

De acordo com a campanha *#NoNaturalDisasters*⁶, apenas em 2017, desastres custaram a vida de mais de 10 mil pessoas e feriram milhões delas, além de custarem mais de 300 bilhões de dólares em danos. Em um apelo a jornalistas e profissionais relacionados à produção e difusão de conteúdos relacionados a desastres, ativistas dessa campanha afirmaram:

A forma como os desastres são apresentados e relatados afeta a percepção pública dos riscos associados aos desastres naturais. Também define e limita o discurso associado a esses eventos, tornando fundamental que a terminologia correta seja usada. Isso significa que o relato desses eventos é vital porque molda a percepção pública de como os desastres estão relacionados a questões como mudanças climáticas, rápida urbanização, degradação ambiental e crescimento populacional global. (Blanchard, n.d.)

O desastre descrito, muitas vezes de maneira sensacionalista, como tragédia imprevisível, a partir da valorização do sofrimento individual das vítimas não cumpre o papel de reivindicação de direitos para a diversidade de coletivos afetados nem de responsabilização pela falta de observação e contenção de riscos. Falha igualmente ao limitar ou mesmo impedir uma ampla discussão sobre um projeto político e econômico relacionado aos modelos de sociedade que, na maioria das vezes, exacerbam as chances e as dimensões dos desastres. Como observado nos casos do vazamento de óleo na costa nordestina e do rompimento das barragens de minérios no estado de Minas Gerais, ambos no Brasil,

A desregulação socioambiental em curso tem sido acompanhada por variadas formas de violência, as quais caminham lado a lado com processos que visam a despolitização e a criminalização de atingidos, movimentos e grupos engajados na resistência à mineração, além de pesquisadores críticos. (Zhou et al, 2018, p. 10)

6 Mais informações: www.nonaturaldisasters.com

Zhouri et al (2018) se referem ao rompimento da barragem de Mariana, no Brasil, como um “desastre sociotécnico” com o objetivo de “enfati-
zar um processo deflagrado para além de uma avaria ou erro mera-
mente técnico, remetendo-nos, assim, às falhas da governança ambien-
tal, produtoras de novos padrões de vulnerabilidade que expuseram,
de fato, a população ao risco” (Zhouri et al, 2018, p. 40). Neste sentido,
completam, o desastre precisa ser considerado como uma crise “cujos
elementos explicativos precisam ser buscados numa dimensão histó-
rica mais ampla que compreende o processo de vulnerabilização como
relação sociopolítica” (idem).

Uma era de desastres pode significar uma oportunidade importante
para que elites políticas e econômicas naturalizem ainda mais as desi-
gualdades e opressões por todo o mundo, por meio de uma linguagem
alienante. Mantida a fórmula narrativa, haverá poucas chances de que
a associação entre intervenção humana e desastres de grande mag-
nitude seja corretamente percebida pelo público e, logo, devidamen-
te tratada pelas autoridades. Em 2021, após as fortes inundações na
Bélgica e na Alemanha, o caráter de imprevisibilidade dos desastres
– ou o caráter de evento remoto que acontece uma vez em cada século
– foi questionado por cientistas que disseram que as mudanças climá-
ticas previam que as inundações aconteceriam e teriam as proporções
que tiveram. A permanência de narrativas espetaculares impede a par-
ticipação bem-informada da comunidade no debate.

A linguagem e as narrativas constituem, dessa maneira, uma forma
adicional de violência contra a natureza, contra os territórios e contra
todas as populações direta e indiretamente afetadas pelos desastres –
no caso das mudanças climáticas, o impacto indireto cresce proporcio-
nalmente, considerando que a destruição de territórios e ecossistemas
afeta populações locais e globais simultaneamente. Neste sentido, o
conjunto de lutas pela construção de canais e narrativas que contes-
tem essa violência epistêmica constitui uma tarefa importante para a
comunicação popular e comunitária.

Trata-se de um caráter político, particularmente associado à comunicação popular. Em sua pesquisa sobre a preferência de ativistas colombianos pelo termo “popular” como qualificador de suas lutas, Santiago Gómez Obando (2021) observa, justamente, que a noção de popular está carregada de sentidos políticos como empoderamento, autonomia, diversidade e coexistência.

... pode-se concluir que popular tem sido um conceito fundamental no processo de enquadramento e orientação das lutas anticoloniais em nosso contexto latino-americano, e uma ideia-força que possibilitou a entrada na arena política, como protagonistas, de todos os atores sobre os quais pesam injustiças, dominação e violência historicamente produzidas e institucionalizadas. (Gómez Obando, 2021, p. 103)

Essa reeducação leva a um fortalecimento político, a partir da mobilização de mais elementos de análise das realidades vivenciadas (Blanco, 2021), fator fundamental para compreender epidemias e desastres dentro de um contexto amplo. Se, por um lado, a comunicação popular e comunitária pode, como vimos, prestar um serviço emergencial fundamental durante as crises, ela é um recurso necessário para instruir comunidades em lutas para prevenção dessas crises, considerando o papel que essa comunicação pode desempenhar na compreensão da realidade e do processo histórico, e do próprio lugar dos cidadãos nesse processo.

O cenário distópico, que projeta o aumento da frequência e da intensidade de desastres, convoca a comunicação popular e comunitária ao reforço desse caráter político, de maneira a evitar que populações afetadas incorporem o papel de vítimas incapazes de reagir e assumam a agência política e social na decisão sobre seu futuro individual e coletivo. Isso significa a participação em lutas contra a instalação de projetos que agridem direitos ambientais e humanos, assim como outras pela compensação, quando tais projetos já estão instalados e comunidades e territórios precisam ser devidamente protegidos.

Comunicação popular e comunitária como alternativa antissistêmica

O terceiro aspecto normativo da comunicação popular, na tradição latino-americana, se relaciona à forma como mídias são mobilizadas nas dinâmicas comunicacionais (Suzina, 2021). Fundamentalmente, essas mídias fazem parte de estratégias e processos mais amplos de comunicação e, desta maneira, são concebidas para atender a necessidades específicas de cada luta social e comunidade. Os modelos podem ser desde os mais artesanais até os mais modernos, em termos de tecnologias e linguagens, sem que isso represente fragilidade ou atualidade em si, pois seu valor se dá na capacidade de viabilizar a participação e apoiar a mudança social almejada. Leonardo Custódio fala de uma “ação política periférica” e afirma que “as práticas de comunicação comunitária pelo mundo são parte do processo de luta popular não só por espaços de fala, mas por transformação social e influência política” (Custódio, 2016, p. 139).

Entre distopias e utopias contemporâneas, um dos principais desafios para a comunicação popular e comunitária é a necessidade de criar alternativas antissistêmicas. Em síntese, isso significa, em vez - ou além - de criar uma nova página numa rede social digital, alimentar estratégias que fujam do círculo fechado em que o sistema tenta condicionar a contestação. Alguns debates durante a XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã evocaram essa preocupação de forma bastante clara. A perspectiva comum era a da necessidade de valorizar e garantir a manutenção das possibilidades criadas por plataformas digitais, sem perder de vista uma análise crítica sobre suas limitações e sobre o potencial risco de tomá-las como solução para todo tipo de crise ou problema social.

A ativista e pesquisadora Gabriela Guedes Teixeira falou das ações do Levante Popular da Juventude durante a pandemia. Ela valorizou a possibilidade de manter a mobilização dos jovens durante os períodos de isolamento por meio de ações virtuais, mas também destacou

um ciclo de formação, chamado “As redes não nos cabem”⁷, organizado pelo movimento para discutir, criticamente, a relação entre tecnologia da informação e comunicação. Recentemente, em uma discussão semelhante, argui sobre a importância de ampliar o debate sobre o ativismo midiático para além de um tecnocentrismo fundamentado na digitalização.

“A visualização de um mundo pós-pandêmico altamente digitalizado vem a reboque de um uso intensificado de ferramentas digitais e do alto volume de dados coletados em todas essas dinâmicas, desde a instalação de medidas de confinamento e outras restrições de circulação e contatos. Parece fundamental, porém, lembrar que o período pandêmico também revelou e destacou a profundidade de desigualdades já existentes, incluindo a de acesso a recursos digitais e de literacias. Soma-se a isso a crescente denúncia ao uso de dados como ferramentas de controle e estigmatização de populações frequentemente já vulnerabilizadas.” (Suzina, 2022)

Segundo as experiências apresentadas durante a mencionada conferência de Comunicação Cidadã, o período de pandemia tem servido para “ocupar” as redes com os princípios e modelos da comunicação popular e comunitária. A equipe do Núcleo de Comunicação e Educação Popular (Ncep)⁸, da Universidade Federal do Paraná, destacou a hibridização dos formatos e a polifonia de vozes como dois elementos enriquecedores do trabalho de educomunicação e comunicação popular realizado com escolas e comunidades parceiras em bairros periféricos de Curitiba, Paraná. A participação remota na produção de um webdocumentário ampliou a diversidade de vozes participantes do projeto. Tal como antes mencionado, na experiência do CTA, muitas pessoas se familiarizaram com tecnologias, o que permitiu a emergência das “palavras da cultura popular” (Suzina, 2021).

7 Os módulos desse ciclo de formação estão disponíveis no canal do Levante Popular da Juventude: <https://www.youtube.com/c/LevantePopulardaJuventudeoficial>

8 Ver <https://ncepufpr.wixsite.com/ncep>

Esses relatos e reflexões demonstram que a comunicação popular e comunitária tem a capacidade de, por um lado, transformar a “ocupação” de redes digitais em um movimento de revisão de suas finalidades e de defesa da diversidade e da liberdade com que a Internet foi fundada (Cardon, 2010). Por outro lado, suas dinâmicas também podem relativizar a centralidade do formato digital e reposicioná-lo como um recurso que deve ser subordinado ao conjunto de intenções e intervenções comunicativas. Em resumo, trata-se de um esforço para que o digital deixe de se impor às comunidades e lutas sociais como via necessária e, muitas vezes, única para a mudança social, e passe a integrar, de forma orgânica, o processo de transformações desejadas.

Considerações finais

A comunicação popular e comunitária tende a ser vista a partir de enquadramentos que a classificam como pura e artesanal, limitada em recursos ou alcance (Gumucio Dragon, 2001), ou amadora (Ferron, Harvey, & Trédan, 2015). A leitura de cenários de crise, presentes no contexto de pandemia e projetados pelas mudanças climáticas, reforça o apelo de Clemencia Rodríguez para que esse tipo de comunicação, que ela define como cidadã (Rodríguez, 2001), seja reconhecido pelo seu grande potencial e por suas virtudes, em vez comparada redutivamente em relação a mídias corporativas e dominantes (Ferron, 2010).

Neste ensaio, observei como as três dimensões normativas da comunicação popular – abordagem horizontal (de baixo para cima), vínculo com lutas sociais, e criação de modelos alternativos de mídia – (Suzina, 2021) respondem a desafios centrais da comunicação num cenário distópico de desastres. As experiências de comunicação popular e comunitária durante a pandemia demonstram a capacidade de formatos horizontais de comunicação para alcançar as mais diversas populações com eficiência, aliando competências informativas e afetivas. O caráter político da comunicação popular, fundamentalmente associado a processos de conscientização (Freire, 1987) e de lutas pela definição de sentido (Hall, 2013), é um aliado importante para uma compreensão

ampla e crítica dos desastres, que favoreça a agência em vez da vulnerabilização das comunidades e territórios afetados. Finalmente, a “ocupação” das plataformas digitais por grupos populares, durante a pandemia, revela o potencial da comunicação popular e comunitária para criar modelos antissistêmicos de apropriação e desenvolvimento de mídias, num contexto de idealização do virtual.

Referências bibliográficas

- Blanchard, K. (n.d.). #NoNaturalDisasters - Changing the discourse of disaster-reporting. Consultado em 22/9/2021, em #NoNaturalDisasters: <https://www.nonaturaldisasters.com/>
- Blanco, C. M. (2021). *A Dialogue on Communication from an Indigenous Perspective in Mexico*. Loughborough University. doi:<https://doi.org/10.17028/rd.lboro.14397941.v1>
- Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet*. Paris: Seuil.
- Castro, C. (2021). *Rodas Virtuais de Cuidado e Autocuidado em Tempos de Pandemia: um projeto digital da ONG CFEMEA*. In M. S. Ventura, & M. C. Gobbi, Comunicação cidadã: gênero, raça, diversidade e redes colaborativas no contexto da pandemia (pp. 74-90). Bauru: Canal 6.
- Chmutina, K., von Meding, J., & Boshier, L. (2019). *Language Matters: Dangers of the “Natural Disaster” Misnomer*. Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction (GAR 2019).
- Custódio, L. (2016). *Panorama global da comunicação comunitária como ação política periférica*. Revista Mídia e Cotidiano(10), 138-157.
- Ferron, B. (2010). *Des médias de mouvements aux mouvements de médias. Retour sur la genèse du « Réseau Intercontinental de Communication Alternative » (1996-1999)*. Mouvements, Janvier-Mars(61), 108-120.
- Ferron, B., Harvey, N., & Trédan, O. (2015). *Des amateurs dans les médias. Légitimités, autonomie, attachments*. Paris: Presses de Mines.
- Freire, P. (1987). *Pedagogia do Oprimido* (17th ed.). Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Gómez Obando, S. (2021). *The vestiges of the concept of popular in Latin America*. In A. C. Suzina, The evolution of popular communication in Latin America. An epistemology of the south from media and communication studies (pp. 91-106). Palgrave.
- Gumucio Dragon, A. (2001). *Call me Impure: Myths and Paradigms of Participatory Communication*. ICA Pre-Conference on Alternative Media “Our Media, Not Theirs”. Washington DC.

- Hall, S. (2013). *The work of representation*. In S. Hall, J. Evans, & S. Nixon, Representation (2nd ed., pp. 1-59). London, UK: Sage.
- Nestante, T. (2020, May 5). *O Fio da Comunicação n° 005*. Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FQLufGB5qig&list=PLeUPfd1avJy7bV6BMyBBTAT43NTq4zFpE&index=6>
- Nestante, T. (2020, May 12). *O Fio da Comunicação n° 006: Comunicação no interior*. Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xzOY-tun4BRM&list=PLeUPfd1avJy7bV6BMyBBTAT43NTq4zFpE&index=6>
- Peruzzo, C. M. (1998). *Comunicação nos Movimentos Populares*. Petrópolis: Vozes.
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. USA: Hampton Press.
- Silva, L. A., & Pinheiro, A. (2021). *Do E-mail ao Whatsapp: trajetórias de comunicação e de mobilização social da Rede de Comunicadores Solidários*. XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã. Bauru: ABPCOM.
- Suzina, A. C. (2018). *Popular media and political asymmetries in the Brazilian democracy in times of digital disruption*. Doctoral Dissertation. Louvain-la-Neuve, Belgium: Universite catholique de Louvain.
- Suzina, A. C. (2020). Da comunicação popular ao ativismo digital: o jornalismo “pé no barro” das mídias populares no Brasil. ALAIC 2020. Desafios y Paradojas de la Comunicación en América Latina: las ciudadanías y el poder (pp. 254-267). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Suzina, A. C. (2021, June 24). *Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã / GT5 - Comunicação Cidadã: Gênero, Raça, Diversidade e Redes Colaborativas no Contexto da Pandemia*. Anotações pessoais. ABPCOM.
- Suzina, A. C. (2021). *Introduction: Popular Communication, an Epistemological Debate between South and North*. In A. C. Suzina, The Evolution of Popular Communication in Latin America (pp. 1-26). Cham, Switzerland: Palgrave MacMillan.
- Suzina, A. C. (2022). *Comunicar para resistir: o ativismo midiático nas redes em processos de mudança social*. In R. Pereira, & I. Babo, Ativismo em Rede e Plataformas Colaborativas (Vol. forthcoming). Porto: Universidade Lusófona do Porto.
- Zhouri, A. (2018). *Introdução. Produção de conhecimento em um ‘campo minado’*. In A. O. Zhouri, *Mineração, violências e resistências: um campo aberto à produção de conhecimento no Brasil* (pp. 8-26). Marabá: iGuana; ABA.
- Zhouri, A., Oliveira, R., Zucarelli, M., & Vasconcelos, M. (2018). *O desastre no Rio Doce: Entre as políticas de reparação e a gestão das afetações*. In A. O. Zhouri, *Mineração, violências e resistências: Um campo aberto à produção de conhecimento no Brasil* (pp. 28-63). Marabá: iGuana; ABA.

Entender la altercomunicación en contextos de transicionalidad conflicto/paz en Colombia¹

Comprender a altercomunicação em contextos de transição de conflito/paz na Colômbia

Understanding altercommunication in conflict/peace transitional contexts in Colombia

ANDRÉS FELIPE ORTIZ GORDILLO

PPGSA UFPA (BRASIL); GRUPO DE INVESTIGACIÓN RASTRO URBANO DE LA UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ (COLOMBIA)

Resumen: A partir de un trabajo de co-teorización sustentada en la narrativa testimonial, en este artículo se exploran las representaciones que sobre la guerra, la paz y el pos-acuerdo de paz configuran un grupo de actores altercomunicativos que desarrollan sus labores en zonas de conflicto social y armado en Colombia (departamentos del Caquetá, Putumayo y Cauca). En el contexto de este sistema de representaciones se identifica un conjunto de características, incidencias y repercusiones que tiene el conflicto en los procesos de producción altercomunicativa, así como las respuestas que los altercomunicadores han formulado a las tensiones y censuras que les impone la guerra,

1 El artículo presenta resultados de la investigación: “Viviendo y contando la paz y la guerra: representaciones político-mediáticas de la paz y el conflicto armado en medios comunitarios del sur de Colombia”(USTA, Fodein 037/14). Los resultados fueron compilados en el libro: Ortiz Gordillo A. F.; Espinel, L.; Jacanamijoy, W.; Rengifo, L. y Martínez, C. (2017) *Vivir la guerra contando la paz. Altercomunicación, paz y conflicto en Colombia*. Bogotá: Ed. USTA. ISBN:978-958-782-075-1. Como resultado se un proceso de co-teorización, se reconoce y agradece en este artículo los aportes de las experiencias participantes a los análisis y acciones para el fortalecimiento de los procesos altercomunicativos en Colombia.

en el escenario de transicionalidad política y social que promovió el acuerdo de paz entre las Farc-ep y el gobierno nacional.

Palabras claves: altercomunicación; representaciones sociales; comunicación para la paz.

Resumo: A partir de um trabalho de co-teorização apoiado na narrativa testemunhal, este artigo explora representações ao respeito da guerra, da paz e do pós-acordo de paz que constituem um grupo de altercomunicadores que desenvolvem seu trabalho em áreas de conflito social e armado na Colômbia (departamentos de Caquetá, Putumayo e Cauca). No contexto deste sistema de representações, identifica-se um conjunto de características, incidências e repercussões que o conflito tem nos processos de produção altercomunicativa, bem como as respostas que os altercomunicadores têm formulado às tensões e censuras que lhes são impostas pela guerra, no cenário de transicionalidade política e social que promoveu o acordo de paz entre as Farc-ep e o governo nacional.

Palavras chaves: altercomunicação; representações sociais; comunicação para a paz.

Abstract: This article explores, based on a co-theorizing work supported by the testimonial narrative, the representations about war, peace, and the post-conflict agreement, elaborated by a group of altercommunicative actors who carry out their work in areas of social and armed conflict in Colombia (departments of Caquetá, Putumayo, and Cauca). On the system of representations, proposed by the actors of this article, are identified a set of characteristics, incidents, and repercussions that the conflict has on the processes of “altercommunication”. In addition, this article explores the responses that “altercommunicators” have formulated to the tensions and censorship imposed on them by the war, in the scenario of political and social transitionality that promoted the post-conflict agreement between the Farc-ep and the national government.

Keywords: altercommunication; social representations; communication for peace.

1. Introducción

En este artículo buscamos establecer, desde contextos de producción altercomunicativa específicos, el papel que juega la altercomunicación en los sistemas público comunicativos locales. Nos proponemos indagar las representaciones que sobre sus prácticas sociales, culturales, políticas y de memoria formulan un conjunto de experiencias altercomunicativas del sur de Colombia, a fin de determinar cómo intervienen en la constitución de sujetos políticos y discursos incidentes en la transformación de la esfera pública local territorial relacionada con la paz y el conflicto armado.

El análisis se sustenta en un trabajo de co-teorización² realizado con actores vinculados a tres experiencias altercomunicativas³ ubicadas en zonas de conflicto armado, es decir, con presencia histórica de grupos armados institucionales y no institucionales. Las tres experiencias son: Ingakuna estéreo, un proceso altercomunicativo indígena (pueblo Inga) ubicado en el departamento del Caquetá, que tiene como centro la producción radiofónica. Piamonte estéreo, una emisora comunitaria ubicada en el municipio de Piamonte, Cauca. Y Ocaina estéreo, emisora comunitaria ubicada en el municipio de Puerto Caicedo, en el departamento del Putumayo. Estas tres experiencias realizan sus labores en territorios y contextos mediados por el conflicto armado, y

2 Desde la perspectiva de Rappaport (2007), la co-teorización se debe entender como: “la producción colectiva de vehículos conceptuales que retoman tanto a un cuerpo de teorías antropológicas como a los conceptos desarrollados por nuestros interlocutores. En esencia, esta empresa tiene el potencial de crear nuevas formas de teoría que la academia sólo contempla parcialmente por sus contenidos” (Rappaport, 2007, 204).

3 *Altercomunicación* como nominación “busca reunir [en un solo concepto] todas aquellas otras definiciones que han hecho parte del debate y la acción comunicativa subalterna, popular, ciudadana, alternativa y comunitaria” (Ortiz, 2014, 23). Frente a la evidencia de que los actores altercomunicativos participantes en el estudio nominan su trabajo, al mismo tiempo, como popular, alternativo, ciudadano, comunitario, etc., la noción de *altercomunicación* pretende resolver un problema metodológico sobre cómo nombrar este tipo de experiencias que se autodesignan de manera plural, sin atender necesariamente a las clasificaciones propuestas por académicos y otros expertos del campo de la comunicación y las políticas públicas.

se inscriben en la lógica de la altercomunicación, con trayectorias de trabajo superiores a los cinco años.

Para identificar el sistema de representaciones que sobre la paz y el conflicto armado se han establecido en los territorios de influencia de las experiencias, acudimos a la voz de sus gestores, considerando, como lo señala Alfredo Molano (1992), que en el testimonio el conocimiento encuentra su objeto y cumple con su razón de ser: “Oír a la gente reírse de sí misma, discutir sus propios testimonios, volver a sufrir sus dolores, interrogarse, aceptarse, era el sentido vital que uno podía reclamarle al conocimiento” (104). El testimonio se convierte, desde esta perspectiva, en una estrategia metodológica que posibilita ahondar en el relato como recurso epistemológico. Es la voz de los actores sociales, su propia narración sobre los hechos y la interpretación posible que de ellos surge, lo que posibilita los elementos de análisis que permiten entender los procesos sociales.

Los referentes testimoniales, en tanto soporte de los procesos de representación, funcionan para Abric (1994) como “un sistema de interpretación de la realidad que rige las relaciones de los individuos con su entorno físico y social, ya que determinará sus comportamientos o sus prácticas” (13). De esta forma la representación se instituye como guía para la acción por cuanto orienta las formas de actuar y constituye el sistema de relaciones sociales que habita el sujeto, ya que “la identificación de la «visión del mundo» que los individuos o grupos llevan en sí y utilizan para actuar o tomar posición, es reconocida como indispensable para entender la dinámica de las interacciones sociales y aclarar los determinantes de las prácticas sociales” (Abric, 1994, p. 11).

Atendiendo a este contexto interpretativo, y teniendo en cuenta la actual coyuntura nacional respecto a la reactivación de la violencia⁴, a

4 Con la salida de las Farc-ep de los territorios luego de los acuerdos de paz, y frente a la incapacidad del Estado por copar institucionalmente estos espacios, en los últimos años se ha venido presentando una disputa entre distintos grupos armados por el control de zonas estratégicas del país. Un indicador importante que evidencia el

más de 5 años de la firma del acuerdo de paz de La Habana (2012-2016) producto de las negociaciones entre el gobierno de Juan Manuel Santos y la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia - ejército del pueblo (Farc-ep), es pertinente indagar por las formas como los procesos altercomunicativos que habitan territorios históricamente vinculados al conflicto armado interno, han configurado un modo particular de agenciar su función comunicativa, y cómo enfrentan desde sus procesos de investigación, producción y socialización de contenidos las dinámicas de transición del conflicto a la paz por la vía de la negociación política.

2. Representaciones del conflicto desde la altercomunicación

En los últimos 20 años, la discusión pública sobre el conflicto armado interno colombiano ha posicionado dos puntos de vista. El primero desconoce su existencia: “Conflicto armado interno es el término contemporáneo que se utiliza para designar una situación de guerra civil. No es el caso de Colombia. () En Colombia no existe conflicto armado interno sino una amenaza terrorista” (Luis Carlos Restrepo citado en Valcárcel, 2007, 112). La segunda posición defiende la existencia del conflicto armado interno, bajo el argumento, entre otros, de que el mismo Estado colombiano ha generado acciones para su intervención, sea el caso de la promulgación de la Ley 1448 de 2011 (Ley de víctimas y de restitución de tierras), por medio de la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones”.

Para el caso de las experiencias altercomunicativas participantes del estudio, la noción de conflicto armado se sitúa en la segunda

aumento de la violencia y criminalidad en Colombia después de la firma del Acuerdo de La Habana, es el incremento de las masacres. Según el portal de investigación las Rutas del Conflicto, de 11 masacres en 2017 se pasó a 76 en 2020. Para el año 2021 (a noviembre) se registraron 86 masacres con por lo menos 296 víctimas mortales y heridos (Rutas del conflicto, 2021).

perspectiva porque se evidencia en los territorios la presencia de actores armados y los impactos que esta presencia tiene sobre la vida cotidiana de las comunidades. En el análisis se rastreó un conjunto de representaciones que los altercomunicadores han venido configurando sobre la incidencia o impacto que tiene el conflicto social y armado en comunidades y territorios; a continuación se presentan las más relevantes.

a. El conflicto armado afecta (ejerce presión) sobre las dinámicas comunitarias y las comunicativas de los territorios. Al tiempo que los actores armados se disputan el territorio, también rivalizan por el posicionamiento simbólico de las premisas político-ideológicas en las que pretenden sustentar sus acciones bélicas. Para lograr este posicionamiento, los actores armados ubican escenarios que facilitan la distribución social de los contenidos político-ideológicos en los que se inscriben, e intentan ejecutar una cooptación de facto de los medios existentes en sus zonas de influencia.

Por otro lado, se reconoce a los gestores de la altercomunicación no sólo como periodistas o comunicadores sino, fundamentalmente, como líderes sociales con incidencia pública, como referentes comunitarios, lo que les implica una mayor responsabilidad en lo que refiere a la salvaguarda de los procesos, las acciones y los recursos que sirven a la comunidad para defender posiciones que contribuyan en la superación de las dinámicas del conflicto armado.

b. El conflicto armado fragmenta el tejido social, perturba las relaciones comunitarias y promueve el individualismo como estrategia de protección. El conflicto armado genera, como parte de sus elementos constitutivos, un distanciamiento entre aquellos que otrora fueran vecinos, familiares, amigos, compadres, comadres. La ruptura del tejido social promueve nuevas relaciones entre personas potencialmente individualizadas. La ruptura se da sobre las relaciones y los valores que representa lo comunitario: la solidaridad, el compadrazgo, la minga, etc., que en medio de la guerra se reconfiguran y dan paso a la sospecha,

al recelo y al temor entre vecinos. La desconfianza se impone como criterio de acción y relacionamiento, no necesariamente porque la comunidad así lo decida, sino porque las dinámicas mismas del conflicto armado así lo imponen.

c. Existencia de un conflicto social estructural, en el que el conflicto armado es una de sus expresiones. Para los gestores de la altercomunicación, el conflicto armado es una expresión del conflicto social, político y económico que se vive en las regiones del país y se entiende como subsidiario de otros conflictos estructurales relacionados con la propiedad de la tierra, las perspectivas sobre los sistemas de producción agrícola (monocultivos vs agroecología, por ejemplo), el narcotráfico y la producción de estupefacientes, la implementación de proyectos extractivistas (mineros, energéticos, petroleros y de infraestructura vial), y con la reclamación de tierras por parte de comunidades campesinas, indígenas, afrodescendientes despojadas con motivo del conflicto armado interno.

Este mapa de problemáticas se complementa con los sistemas de corrupción, clientelismo y saqueo del erario, prácticas que incentivan y promueven las dinámicas del conflicto armado por cuanto las instituciones, infraestructuras y recursos públicos, así como los espacios de encuentro y expresión social comunitarios (entre ellos los altermedios y demás procesos altercomunicativos) se convierten en objeto de disputa y cooptación, ya que estas experiencias acompañan los procesos de control político territorial. Se presenta, entonces, un debilitamiento y deslegitimación del Estado en los territorios regionales y locales, convirtiendo la gobernabilidad en un factor motivador del conflicto social y armado, al tiempo que se da una afectación directa sobre los procesos comunitarios (entre ellos los comunicativos).

d. Existe una “para-pedagogía viva del conflicto armado” que dificulta el desarrollo de las “pedagogías vivas para la paz”. Las acciones bélicas (fácticas y simbólicas) de los actores armados funcionan como una para-pedagogía del conflicto armado, en tanto promueven modos de pensar, actuar y sentir vinculados con a las lógicas del conflicto. La

pedagogía de la guerra fomenta una serie de valores como la fragmentación social, la insolidaridad y el recelo por el otro, y en el plano comunicativo impone el silencio, la reserva, el ocultamiento de información, cuestiones que contribuyen en el moldeamiento de una cultura del distanciamiento, la desconfianza y el olvido en las comunidades.

En tanto estrategia “para-pedagógica”, el conflicto armado no se inscribe en la lógica de un currículo formal ni necesita de infraestructura distinta a la que se promueve desde la misma guerra. Es una “para-pedagogía” presente en todos los lugares y en todas las actividades de las comunidades, que incide en los sistemas de relaciones y representaciones a partir de los cuales actúan socialmente los ciudadanos. Esto porque la guerra también determina una serie de “saberes” que posibilitan a las comunidades hacer frente a las dinámicas del conflicto: “Uno ya sabe por dónde puede caminar y por donde no”, cuenta una altercomunicadora del Caquetá. “Aprender a caminar por el territorio” constituye un saber clave para, por ejemplo, no caer en campos minados; y a la vez permite establecer los sitios que han sido vedados por los actores armados.

Es claro que en las lógicas del conflicto armado se establecen unas formas de comportamiento social que se corresponden a las imposiciones del conflicto en las que la gente aprende a que “uno no puede decir todo lo que piensa...”, según dice un altercomunicador del Putumayo. En síntesis, la “para-pedagogía” impuesta por la guerra a los sujetos incide también en el campo comunicativo al determinar tanto lo que se puede o no se puede decir, como los temas sobre los que se puede o no conversar públicamente.

e. La intimidación de la población civil como estrategia de guerra para vencer al enemigo. Las acciones de guerra ejecutadas sobre la sociedad civil han tenido como blanco fundamental a los líderes de las comunidades⁵. Atentando contra el líder, el conjunto se repliega hacia el ano-

5 Según informe del Observatorio de Conflictos, Paz y Derechos Humanos del Instituto de Estudios para el Desarrollo y la Paz (Indepaz), desde la firma del Acuerdo

nimato y la deliberación pública se restringe a su mínima expresión. La intimidación de la población civil funciona, entonces, como dispositivo de silenciamiento, con todo lo que ello implica en relación con la construcción de las esferas públicas locales y el agenciamiento social del debate de las cuestiones públicas. El posicionamiento estratégico de los actores de la guerra es, en este sentido, territorial y simbólico.

f. Para los altercomunicadores no existe la “neutralidad periodística” en el conflicto armado. Los actores armados pretenden obligar a la población civil a “tomar partido” por su causa. Muchas comunidades han optado por gestionar acciones comunicativas de paz en medio de la intimidación, la cooptación y el silenciamiento que impone la guerra, tomando partido por el fortalecimiento comunitario y realizando acciones de incidencia pública-comunicativa por el respeto a la sociedad civil por parte de los actores armados.

Los gestores de la altercomunicación en zonas de conflicto dicen comprometerse con principios como la intencionalidad de la información, más que con criterios como la objetividad o la neutralidad. Esto porque, en contextos de guerra, la objetividad y la neutralidad quedan “entre paréntesis”, en pausa, ya que las dinámicas mismas del conflicto impiden su ejercicio. Para enfrentar esta situación, los altercomunicadores reivindican su lugar territorial y comunitario, su vinculación con las causas de sus comunidades y adhieren a principios como la solidaridad, que posibilita la recuperación de las confianzas y las vocaciones colectivas, buscando recuperar los espacios de encuentro y debate público así como el sentido político de la acción común, la reivindicación de la memoria y la imaginación como dispositivos sociales claves para la restitución de los derechos (también comunicativos) que les fueron negados.

g. El “conflicto armado” es la guerra de los actores armados en el territorio. A eso que desde las centralidades se ha denominado como

de Paz de La Habana (noviembre de 2016) al 30 de septiembre de 2021, en Colombia han sido asesinados 1.241 líderes sociales (Indepaz.org.co).

“conflicto armado interno”, los habitantes de los territorios le llaman simplemente “la guerra”, aunque de ella no se habla mucho. Un joven del Caquetá, nos dijo que era “la gente que estaba en el monte y que se enfrentaba con el ejército”. Otro altercomunicador del Cauca nos dijo que eran “los grupos armados que están en el municipio”. En estas regiones del sur de Colombia se representa y nomina el conflicto haciendo referencia a la presencia de los actores armados en el territorio, y a los impactos (asesinatos, amenazas, desplazamientos forzados, etc.) que esa presencia tiene en la vida cotidiana de los sujetos y las comunidades. Los habitantes de estas zonas saben que hay conflicto armado porque “vemos caminar a los armados por nuestro territorio, están aquí”, según nos dijo un altercomunicador en el Caquetá.

En estos territorios mediados por el conflicto no se habla de la guerra en abstracto: “por estas tierras a la gente le toca recoger los cilindros⁶ de sus propios patios, y nos toca ser prudentes cuando caminamos por los potreros”. En el plano comunicativo, en estas zonas se sabe del conflicto no porque se le vea en televisión, sino porque la palabra pública de los ciudadanos está restringida a unos contenidos específicos: “aquí en el municipio hay cosas que no se pueden ni hablar –nos contó, a modo de infidencia, un entrevistado en el Putumayo–; aquí todo el mundo sabe que hace unos meses empezaron a llegar los paracos [grupos paramilitares]. Pero uno de eso no puede hablar. Igual, ¿para qué hablar de lo que uno ve y padece todos los días?”

3. Representaciones de la paz y el posacuerdo desde la altercomunicación

Una vez firmado el “Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera” el 12 de noviembre de 2016, su implementación ha sido tema de debate central de la agenda público política en Colombia, sobre todo por la decisión del

6 Se refiere a “cilindros bomba”, artefactos explosivos no convencionales creados y utilizados por las Farc-ep en sus incursiones armadas.

gobierno del presidente Iván Duque (2018-2022) y su partido, el Centro Democrático, de dilatar la aplicación de algunos puntos claves como la reforma rural integral, la participación política de excombatientes y víctimas, la solución al problema de las drogas ilícitas y la reparación a las víctimas. Y aunque ha habido avances en puntos como la reintegración de la guerrilla y la entrega de las armas, la creación de instituciones transicionales como la Comisión de la Verdad y la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP), acciones importantes del acuerdo aún se encuentran pendientes de implementación⁷.

La paz negociada en este acuerdo se presenta a los participantes del estudio como “una posibilidad de vivir una vida mejor, más tranquila, con mayor participación e incidencia en la vida pública”, según dice una altercomunicadora indígena del departamento del Caquetá. Miremos ahora los elementos de análisis más significativos frente a lo que representa para los altercomunicadores esta paz negociada, teniendo en cuenta como contexto interpretativo el escenario de transicionalidad política que sustenta la implementación del acuerdo de paz.

a. La paz es más que el proceso de paz de La Habana. A la paz se la ve y entiende de manera instrumental. Fue un proceso de negociación entre un gobierno nacional distante de las realidades de las comunidades que han vivido históricamente en contextos de conflicto, y que han vivenciado los sistemas de orden y autoridad impuestos por los actores armados en los territorios de su influencia. Es común escuchar que, a pesar de las negociaciones en La Habana, la situación en los territorios no ha cambiado significativamente. Las condiciones del conflicto armado y la presencia de los actores de la guerra perviven, más allá de las negociaciones, los pactos y acuerdos. Y aunque se reconocen algunas sutiles transformaciones en las dinámicas del conflicto, sobre

7 Para ampliar la información sobre los avances en la implementación del Acuerdo de Paz se recomienda consultar el VI informe del Congreso de la República sobre la materia, “¿En qué va la paz? Las cifras de la implementación” (Ver: <https://bit.ly/3Oog-CL3>) y los Informes de seguimiento de la Consejería Presidencial para la Estabilización y la Consolidación (Ver: <https://bit.ly/3pVaZNi>).

todo en los inicios del proceso de reintegración de los combatientes de las Farc-ep, es evidente su reactivación actual, con todos los impactos que esto trae para las dinámicas comunicativas de estos territorios: silenciamientos, censura y autocensura, estigmatización de los altercomunicadores, imposición de agendas informativas, etc.

b. La paz como “posibilidad de crecimiento”. Se esperaba que el escenario de la paz posibilitara una mayor inversión del Estado en infraestructura social: escuelas, hospitales, vías, servicios públicos, subsidios de múltiple tipo para el desarrollo agropecuario e industrial, etc., por la vía de, por ejemplo, la implementación de los Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial (PDET), que contienen acciones de fomento a los procesos comunicativos, teniendo en cuenta las necesidades y retos informativos que genera la implementación de estos programas, su seguimiento y control.

Otro asunto clave está situado en el tema de la conectividad y dotación tecnológica, capacitación técnica y profesional que permita contar con recursos e infraestructura comunicativa con la cual “ejercer el derecho a informar y estar informados que garantiza la Constitución Nacional. Nosotros queremos cumplir de la mejor forma nuestro trabajo como comunicadores sociales comunitarios. Y para eso se requiere de recursos, de tecnología y capacitación”, dice un altercomunicador del departamento del Putumayo haciendo énfasis en que “todo esto debe ser para el crecimiento de nuestras comunidades que siempre han sido olvidadas por el Estado. () Por acá lo único que ha llegado es la represión”.

c. “No sabíamos ponerle nombre a esa paz”. Para el caso de los altercomunicadores, en el momento de la negociación se evidenciaron dificultades para nombrar “la paz institucional”, aquella que se discutió en La Habana. Al ser una paz institucional, se le consideraba lejana para los pobladores de los municipios afectados por la guerra, entre otras cuestiones porque había comunidades y territorios que no se sentían representados, a pesar de que las negociaciones contaron con

una amplia participación de la sociedad civil⁸. Para ellos, la paz de La Habana no era esa «paz positiva» analizada por Galtung (2003), en la que se sustituye “represión por libertad, explotación por equidad, penetración [imposición] por diálogo, integración en lugar de segmentación, solidaridad en lugar de fragmentación y participación en lugar de marginación” (p.58).

Esa distancia entre la paz institucional y la paz esperada se daba, entre otras cuestiones, porque la información que se producía sobre el proceso de paz no se sentía cercana a las realidades de estos territorios y comunidades: “la participación de nosotros los comunicadores comunitarios, alternativos, fue muy pobre en La Habana –nos comentó un altercomunicador caucano–. Prácticamente la información que conoció la gente fue la de los medios masivos. Y nosotros mismos dependíamos de esa información de los medios tradicionales y de las instituciones para poder contar lo que estaba pasando”.

La imposibilidad de participar directamente en el registro y análisis del proceso de negociación llevó a que los altercomunicadores reprodujeran discursos institucionalizados en el debate sobre la paz en Colombia. Dice un altercomunicador Caucano que “ni siquiera sabíamos cómo llamar el proceso. () Porque nosotros pensábamos que era solo cuestión de desmovilizar la guerrilla, que entregaran las armas, pero todo ese tema estructural no lo sabíamos. () Por acá hicieron unas capacitaciones y reuniones para explicar lo del acuerdo integral y los puntos de la negociación, pero creo que a muy pocos les quedó claro. Por eso es que nosotros ni sabíamos cómo llamar ese proceso, ni sabíamos cómo ponerle nombre.”

8 Según estudio realizado por Valencia y Villareal (2020), en el proceso de paz de La Habana se identifican por lo menos siete modos de participación de la sociedad civil (a partir del modelo Paffenholz, 2014): Foros consultivos oficiales; Representación directa; Referendos públicos u otras formas electivas; Mecanismos de implementación inclusivos posteriores al Acuerdo; Consultas menos formales; Participación de audiencias públicas, encuestas o recolección de firmas, acciones masivas y protestas; Participación en audiencias públicas (p.244-245).

d. La discusión sobre el posacuerdo ha sido institucional. Se habla de posacuerdo en Colombia frente a la imposibilidad de implementar un escenario de “posconflicto”, ya que siguen existiendo los factores estructurales que lo crean y sostienen (desigualdad, pobreza extrema, corrupción, etc.), así como actores armados de múltiples características en los territorios, incluyendo disidencias de las Farc-ep como Segunda Marquetalia, el llamado Bloque suroriental comandado por alias Gentil Duarte y el Comando Conjunto de Occidente. En Colombia no existe posconflicto porque “aquel periodo de tiempo que se inicia con el cese de hostilidades entre las partes previamente enfrentadas” (Rettberg, 2002, p.17) aplicaba para las Farc-ep como fuerza armada en proceso de reintegración, más no para otra cantidad importante de Grupos Armados Organizados (GAO) y Grupos Delictivos Organizados (GDO) con mando y control territorial⁹.

Según Ayala y Hurtado (2007) “el posconflicto no puede entenderse como un fin último, sino como un proceso en el que hay varias tareas por hacer, entre ellas, el fortalecimiento e, incluso, la refundación del Estado y, por ese camino, el logro de una legitimidad amplia y plural que reemplace el imaginario negativo que de este tienen amplios sectores de la nación” (p.37). Frente a esto, un altercomunicador putumayense ha señalado que el hecho mismo no haber pensado pedagógica y comunicativamente el proceso fue un error: “que no se haya pedagogizado ampliamente, llevó a que esos conceptos como posacuerdo o posconflicto perdieran sentido en los territorios afectados por el conflicto armado”, llevando a que se presentara un distanciamiento entre los conceptos de quienes negociaban y las experiencias de quienes aún habitaban los territorios del conflicto, afectándose con ello la deliberación pública sobre lo que se entiende por conflicto y por paz.

9 Tales como el Ejército de Liberación Nacional (ELN), y grupos narco paramilitares como las Autodefensas Gaitanistas de Colombia (AGC), los Caparros, los Pachencas o Autodefensas Conquistadoras de la Sierra Nevada (ASCN), los Rastrojos y los Pelusos, entre otros. Un completo informe sobre la presencia actual de grupos armados en Colombia se encuentra en “Los focos del conflicto en Colombia” de Indepaz, 2021. (Ver: <https://bit.ly/33s6nXn>).

e. *“Con o sin firma de la paz, aquí todo sigue lo mismo”* Hay temas que, sin ser comunicativos, tienen incidencia en la manera como se representa la paz y el conflicto en zonas del país donde hace presencia el conflicto armado. En los territorios de influencia del conflicto se reitera insistentemente por parte de los altercomunicadores que “aquí todo sigue lo mismo”. Y aunque se reconoce que el proceso de paz ha avanzado en algunos aspectos (mencionados anteriormente), se critica que muchas de las problemáticas sociales históricas de los territorios siguen sin atención: “hay cosas que siguen siendo fermento para el conflicto, y para que siga habiendo grupos armados. () Aquí los cultivos de uso ilícito y la producción de la pasta [de cocaína] sigue siendo igual de fuerte por estos lados”, nos comentó un altercomunicador del sur del Cauca.

Otro factor que incide en el escepticismo frente al posacuerdo es la existencia de otros múltiples conflictos frente a los cuales no se avizoran prontas soluciones. Al contrario, políticas nacionales agenciadas por los gobiernos generan disputas territoriales frente a temas como la aprobación de proyectos extractivistas en los territorios. “Es que aquí las comunidades reclaman su autonomía en la definición de los proyectos a implementar, y por ejemplo nosotros las comunidades indígenas reclamamos que se respeten las consultas previas para poder hacer actividades en nuestros territorios, y eso no se cumple”, dice una altercomunicadora del Caquetá. Se evidencia que muchas políticas públicas van en contravía de lo pactado en el acuerdo de paz. Esto también genera incredulidad en las comunidades frente a la implementación del acuerdo, que se entiende en estas regiones como letra muerta: “aquí todo sigue y seguirá siendo lo mismo”, sentencia un altercomunicador caucano.

f. *“La negociación tiene que seguir”*, dice un altercomunicador del Putumayo: “con acuerdo o sin acuerdo de paz, las comunidades y sus procesos tienen que seguir en la negociación con los actores de los conflictos”, explica. La negociación en condiciones de conflicto armado no es un tema nuevo para las comunidades y experiencias

altercomunicativas que habitan zonas de conflicto. Al contrario, es un factor permanente de relacionamiento entre las comunidades y los actores de la guerra. Ahora bien, de cara al acuerdo de La Habana es poco lo que sienten estas comunidades haber negociado.

Algunos todavía se preguntan por quién los estuvo representando, y no se sienten completamente interpretados en sus intereses territoriales, sociales, políticos, económicos y culturales. Los gestores de la altercomunicación no consideran que muchos de los temas de interés de sus comunidades estén contenidos en el acuerdo, y si lo están, no evidencian que haya avances en su implementación. Se advierte que algunos de los puntos del acuerdo reconocen la importancia que tiene la comunicación para la toma de decisiones públicas, tal como quedó estipulado en el apartado de “Herramientas de comunicación y difusión” (numeral 6.5), que señala, entre otras cuestiones relacionadas con redes sociales y televisión institucional, que “se establecerán 20 emisoras en FM, de interés público, clase ‘C’, en las zonas más afectadas por el conflicto...”

Pero a pesar de lo estipulado en el Acuerdo, al año 2021 solo 11 de estas 20 emisoras (el 55%) se encuentran en funcionamiento, según señala informe del Instituto Kroc encargado de la verificación y el seguimiento del proceso (Alzate, 2021), lo que genera nuevas inconformidades de los altercomunicadores no con la negociación y el acuerdo en sí, sino con los resultados de su implementación. “Por eso decimos que con acuerdo o sin acuerdo, a nosotros nos toca seguir trabajando en estas regiones para seguir construyendo la paz”, reitera una altercomunicadora indígena del Caquetá.

4. Conclusiones

Las concepciones que sobre el conflicto y la paz tienen los altercomunicadores que trabajan en zonas de conflicto armado en el sur de Colombia, intervienen en los procesos de producción de contenidos ya que orientan perspectivas interpretativas sobre el conflicto, la paz y el proceso de negociación.

En el contexto de transicionalidad política que representa el posacuerdo, se evidencia un sistema de representaciones sobre el conflicto y la paz. Estas representaciones determinan, a su vez, acciones discursivas constitutivas de los procesos de producción altercomunicativa. Es decir, estas representaciones contribuyen en la orientación de la producción de contenidos, por cuanto constituyen una guía para la política editorial de estos procesos comunicativos.

Con lo anterior se puede señalar que los elementos de análisis propuestos contribuyen en el establecimiento de un sistema de representaciones sobre la paz y el conflicto que les es propio, y que surge de los contextos singulares que enfrentan las experiencias altercomunicativas.

Es evidente, entonces, que el contexto del conflicto social y armado, así como las apuestas de paz, inciden en los procesos de producción altercomunicativa, estableciendo un ecosistema comunicativo e informativo que no necesariamente podría ser interpretado a la luz de las categorías y enfoques analíticos con los que se exploran otras experiencias, en contextos no vinculados con el escenario problemático de la guerra y la paz.

Referencias bibliográficas

- Abric, J. C. (1994). *Las representaciones sociales: aspectos teóricos*, en: *Prácticas sociales y representaciones*. Ediciones Coyoacán / CCC IFAL. México D. F., México. Disponible en <https://bit.ly/36Z2bjV>.
- Alzate, C. (2021). Sintonizados con la paz, las emisoras que construyen reconciliación, en *El Espectador*. Bogotá, Colombia, 21 de noviembre de 2021. Disponible en <https://bit.ly/3F8lcfP>.
- Ayala, G. y Hurtado, G. (2007). *Conflicto, posconflicto y periodismo en Colombia: realidades y aproximaciones*. Universidad Autónoma de Occidente. Cali, Colombia.
- Galtung, J. (2003). *Paz por medios pacíficos. Paz y conflicto, desarrollo y civilización*. Gernika Gogoratuz. Bilbao, España. Disponible en <https://pdfcoffee.com/paz-por-medios-pacificos-johan-galtung-pdf-free.html>
- Gobierno de Colombia y FARC-EP. (2016). *Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*. Oficina del Alto

- Comisionado para la Paz. La Habana, Cuba. Disponible en <https://www.jep.gov.co/Normativa/Paginas/Acuerdo-Final.aspx>.
- Hueso García, V. (2000). Johan Galtung: la transformación de los conflictos por medios pacíficos, en *Cuadernos de estrategia No. 111*. Instituto Español de Estudios Estratégicos, España. Disponible en <http://goo.gl/Civn5L>.
- Ley 1448 de 2011. *Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones*. Bogotá, Colombia. Disponible en <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/LEY%201448%20DE%202011.pdf>
- Molano Bravo, A. (1992). *Confesión de parte*, en *Revista Análisis Político*, No. 17, sep.-dic. IEPRI, Universidad Nacional. Bogotá, Colombia.
- Ortiz Gordillo, A. F. (2014). *Eso fue lo que se inventaron los pobres del sur para contarse a sí mismos : Altercomunicación y construcción política de lo público en el sur de Bogotá*. UPN. Bogotá, Colombia. (Inédito).
- Protocolo II adicional a los convenios de Ginebra. Disponible en <https://www.icrc.org/es/doc/resources/documents/misc/protocolo-ii.htm>.
- Rappaport, J. (2007). *Más allá de la escritura: la epistemología de la etnografía en colaboración*, en *Revista Colombiana de Antropología*, vol. 43, ene-dic. ICANH. Bogotá, Colombia. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1050/105015277007.pdf>.
- Rettberg, A. Coord. (2002). *Preparar el futuro: conflicto y post-conflicto en Colombia*. AlfaOmega, Uniandes, Ideas para la paz. Bogotá, Colombia. Disponible en <https://www.ideaspaz.org/publications/posts/63>.
- Rutas del conflicto (2021). *El terror persiste en Colombia: 86 masacres y 296 víctimas en lo corrido del 2021*. Disponible en <https://rutasdelconflicto.com/especiales/masacres2021>.
- Valencia-Agudelo G. y Villarreal-Miranda, K. D. (2020). *Participación de la sociedad civil en el proceso de paz con las Farc-ep (2012-2016)*, en *Entramado*, 16(2). Bogotá, Colombia. Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v16n2/2539-0279-entra-16-02-238.pdf>.
- Valcárcel Torres, J. M. (2007). *Concepto de Conflicto Armado Interno y seguridad jurídica*, en *Revista Prolegómenos*, vol. X, No. 19, ene-jun, Bogotá, Colombia. Disponible en <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/dere/article/view/2548>.

FM Pachakuti. Una década de comunicación kolla en la puna argentina¹

FM Pachakuti. A decade making kolla communication
in the argentinian puna

FM Pachakuti. Uma década de comunicação
kolla na puna argentina

EMILSE SIARES

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES (ARGENTINA)

Resumen: La FM Pachakuti, fundada en el año 2011, ubicada en la zona puneña de la provincia de Jujuy, Argentina, pertenece al pueblo Kolla. Esta emisora es la primera del país en el marco de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA, 2009). En 2021 la radio cumplió una década de existencia, con intermitencias en su funcionamiento, debido a diferentes causas. La primera de ellas es la cuestión de la sostenibilidad, que impacta directamente en la consolidación de los equipos de trabajo, la programación y el mantenimiento del proyecto comunicacional. En este artículo nos proponemos profundizar el trabajo presentado en ALAIC 2020, titulado “FM Pachakuti. El desafío de sostener una radio indígena en la puna Argentina”, que nos permitió diagnosticar las dificultades principales con las que esta emisora se enfrentó a la hora de gestionar y de sostener su proyecto comunicacional. En esta ocasión, además, consideramos pertinente dar cuenta de los procesos que atravesó la radio en el contexto mundial desatado por la pandemia de COVID19. Particularmente, la situación de desigualdad y aislamiento en que quedaron subsumidas las comunidades

indígenas en la puna, y el rol que debió asumir la emisora para poder mantenerlas comunicadas.

Palabras clave: comunicación indígena, identidad, FM Pachakuti

Abstract: FM Pachakuti, founded in 2011, located in the Puna area of Jujuy, Argentina, belongs to the Kolla people. This station is the first in the country within the framework of Law 26.522 on Audiovisual Communication Services. In 2021 the radio turned a decade of existence, with intermittences in its operation, due to different causes. The first of these is the issue of sustainability, which directly impacts the consolidation of work teams, programming and maintenance of the communication project. In this paper, we propose to deepen the work presented at ALAIC 2020: “FM Pachakuti. The challenge of holding an indigenous radio station in northwestern Argentina”, which allowed us to diagnose the main difficulties that this station faced when managing and sustaining its communication project. On this occasion, we also consider it pertinent to give an account of the processes that radio went through in the global context unleashed by the COVID19 pandemic. In particular, the situation of inequality and isolation in which the indigenous communities in the puna were subsumed, and the role that the station had to assume in order to keep them communicated.

Word keys: indigenous media, identity, FM Pachakuti

Resumo: A FM Pachakuti, fundada em 2011, localizada na região de Puna da província de Jujuy, Argentina, pertence ao povo Kolla. Esta emissora é a primeira do país no âmbito da Lei 26.522 de Serviços de Comunicação Audiovisual (LSCA, 2009). Em 2021 a rádio atingiu uma década de existência, com intermitências no seu funcionamento, por diversas causas. A primeira delas é a questão da sustentabilidade, que impacta diretamente na consolidação das equipes de trabalho, programação e manutenção do projeto de comunicação.

Neste artigo propomos aprofundar o trabalho apresentado na ALAIC 2020: “FM Pachakuti. O desafio de manter uma estação de rádio

indígena no noroeste da Argentina”, o que nos permitiu diagnosticar as principais dificuldades que essa emissora enfrentou ao gerenciar e sustentar seu projeto de comunicação. Nesta ocasião, além disso, consideramos pertinente dar conta dos processos pelos quais o rádio passou no contexto global desencadeado pela pandemia do COVID19. Em particular, a situação de desigualdade e isolamento em que se encontravam as comunidades indígenas da puna e o papel que a emissora teve que assumir para mantê-las comunicadas.

Palavras chaves: comunicação Indígena, identidade, FM Pachakuti

Introducción

El 30 de noviembre de 2011 salía al aire la primera emisora indígena gestada en el marco de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. Se trataba de la FM Pachakuti, perteneciente a la comunidad Kolla de Queta, ubicada en la zona puneña de la provincia de Jujuy.

En 2021, la FM Pachakuti cumplió diez años ejerciendo su derecho a la Comunicación con Identidad, categoría con la que las propias organizaciones indígenas nombra[ro]n sus prácticas de comunicación mediatizada y con la que demandaron al Estado su reconocimiento. En este marco, la emisora se fue constituyendo no sólo como un espacio donde se despliegan y articulan procesos de resistencia política y cultural del pueblo kolla sino también como sujeto político en resistencia. Asumimos que esta experiencia se enmarca en un proceso de constitución de los pueblos indígenas como sujetos políticos activos a nivel nacional e internacional, en lucha constante por el reconocimiento y la garantía de sus derechos.

En este trabajo nos proponemos profundizar el trabajo presentado en ALAIC 2020, titulado “FM Pachakuti. El desafío de sostener una radio indígena en la puna Argentina”, que nos permitió diagnosticar las dificultades principales con las que esta emisora se enfrentó a la hora

de gestionar y de sostener su proyecto comunicacional, sobre todo en el marco de la reforma de la LSCA iniciada en el año 2015. En esta ocasión, además, consideramos pertinente dar cuenta de los procesos que atravesó la radio en el contexto mundial desatado por la pandemia de COVID19. Particularmente, la situación de desigualdad y aislamiento en que quedaron subsumidas las comunidades indígenas en la puna, y el rol que debió asumir la emisora para poder mantenerlas comunicadas.

Consideraciones teórico-metodológicas

Para llevar adelante este trabajo, abordamos las experiencias de comunicación indígena en tanto “procesos y proyectos de comunicación realizados por, con, y en torno a pueblos originarios” y cuyo objetivo consiste en “construir discursos y prácticas que aporten a los procesos de auto-determinación, autonomía y reivindicación de los pueblos a nivel cultural, político y social (Magallanes Blanco, 2021, p. 69)”. Por ello, partimos de entender a la FM Pachakuti en su complejidad, no sólo como una herramienta de difusión sino más bien como un “espacio profundamente político, de autoproducción colectiva de las comunidades que disputan el reconocimiento de derechos” (Doyle, 2018, p. 186).

A su vez, estos procesos deben ser entendidos en un contexto signado por múltiples formas de despojo que han sufrido los pueblos indígenas, pero también por las diferentes estrategias que han desarrollado para resistir y transformar los espacios de poder, desatando procesos de lucha de larga duración. Entre ellas, la lucha por el derecho a la comunicación, es decir, a ser considerados ciudadanxs en los procesos comunicacionales. Además de poder acceder, participar, e incidir en el espacio público mediatizado, así como en las políticas públicas que se desarrollen en torno a éste. Es en este contexto, que entre los años 80 y 90, emergieron medios de comunicación que se auto reconocían indígenas. Además, se constituyeron las primeras redes de comunicadores indígenas como estrategia política para el fortalecimiento de los movimientos de pueblos originarios a partir de problemáticas comunes

y específicas. Se ponía de manifiesto, entonces, la constitución de una nueva ciudadanía étnica, a partir del reconocimiento de la diversidad, donde los pueblos indígenas se asumieron como “dueños de su pasado, presente y futuro, que se articulan y organizan políticamente y que se apropian y utilizan creativamente los medios de comunicación” (Nava Morales, 2013, p. 5).

La literatura en materia de comunicación indígena coincide en que lxs comunicadores indígenas *indianizan/indigenizan los medios* (Salazar, 2002; Schiwy, 2009; Doyle, 2015), puesto que pueden resignificar el uso de las tecnologías de comunicación en base a sus prácticas tradicionales. Este proceso se da al tiempo que apuestan a la *descolonización* del espacio público mediatizado, a través de la (auto)representación de sus luchas y culturas, revirtiendo así los discursos etnocéntricos y estereotipados tan presentes en medios hegemónicos (Ginsburg, 1994; Salazar, 2003, 2010; Wortham, 2005; Doyle, 2007; Magallanes-Blanco et al., 2013). Por ello, se sostiene que la comunicación indígena mediatizada es una *postura política* de los pueblos indígenas, arraigada en las reivindicaciones de autonomía y de resistencia cultural, que defiende y fortalece su identidad étnica (Ginsburg, 1991; de la Peña, 1995; Wortham, 2004, 2005; Salazar, 2014). Así también, como afirma Magallanes Blanco, la comunicación indígena está en constante transformación,

a la par que los pueblos en momentos de resistencia, recuperación, autonomía, organización y compartencia. Se compone de diferentes estrategias para comunicarse, encontrarse, resistir y construir ajustándose al contexto y a las agresiones sufridas tanto a nivel simbólico como territorial, cultural, económico, político, espiritual. La comunicación da cuenta de la capacidad de los pueblos originarios para producir nuevos conocimientos y respuestas desde lo cultural a diferentes épocas y contradicciones históricas (2021, p. 69-70).

Para poder dar cuenta de esa dinámica, abordamos esta experiencia particular desde un enfoque etnográfico (Guber, 2012), con una

mirada relacional, histórica y procesual sobre la emisora, para entenderla más allá de sus productos comunicacionales sino más bien focalizándonos en los procesos desarrollados a lo largo de estos casi diez años de existencia. Realizamos instancias de observación participante en la emisora, acompañándola en sus actividades territoriales, y entrevistas en profundidad a integrantes de la radio. Además, el contexto de pandemia por COVID19 nos ha enfrentado con el desafío de reconfigurar nuestras herramientas de investigación, y desarrollar nuevas estrategias para *estar allí*.

Los primeros pasos de la emisora

Hacia el año 2007 se consolidaba en la puna jujeña un equipo de jóvenes comunicadores kollas, que formaban parte de una supra organización: el Consejo Departamental de Comunidades Kollas de Cochinoca² (CDCKC). Al mismo tiempo, en Argentina, se desataron discusiones para reformar el decreto-ley de radiodifusión 22.285, que regulaba los servicios de comunicación desde la última dictadura militar. A estos debates se sumaron los pueblos indígenas, con su “Propuesta de inclusión del derecho a una comunicación con identidad”. De hecho, algunos jóvenes comunicadores kollas participaron de este proceso mientras se capacitaban en espacios de formación en comunicación brindadas por distintas organizaciones gubernamentales y no gubernamentales. Como nos contaba un entrevistado: “ha sido importante poder militar la Ley de Medios [y] también poder llegar a ese objetivo de tener

2 Cochinoca es uno de los cinco departamentos que componen la región oeste de la provincia de Jujuy denominada Puna o Altiplano. Este departamento cuenta con más de 12000 habitantes (Censo Nacional 2010) y su localidad cabecera es Abra Pampa, que es además, centro urbanizado de la zona puneña. Esta zona es caracterizada por su clima árido y frío y una geografía de meseta de altura (4000 msnm). La vegetación escasa, su gran amplitud térmica y fuertes vientos secos hacen que la vida en este territorio no sea fácil. Sin embargo, las comunidades kollas que la habitan han desarrollado prácticas de crianza y producción agropecuaria desde hace miles de años, que aún sostienen y defienden. De hecho, el CDCKC, constituido desde el año 2006 como Consejo Consultivo Rural, estableció entre sus objetivos la defensa del territorio y sus formas de vida, fortaleciendo así el proceso de organización interna del Pueblo Kolla.

medios propios, porque -me acuerdo en aquellos tiempos- era muy difícil poder conseguir un espacio (...) para difundir no sólo las problemáticas de las comunidades sino también las actividades que tiene el movimiento indígena” (Entrevista FM Pachakuti).

Luego de diversas instancias de debates públicos, finalmente, en el año 2009 se sancionó la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) que reconoció a los pueblos indígenas como prestadores de servicios de comunicación y les permitió obtener una autorización para emitir como medios públicos no estatales. En ese marco, el equipo de comunicadores kollas de la puna elaboró un proyecto, con base en la comunidad Queta³, para gestionar esa autorización, convirtiéndose así en la primera emisora indígena del país nacida en el marco de la LSCA. Como nos comentaron desde la emisora: “esta Ley le vino a sumar a los pueblos originarios de Argentina uno de los derechos más importantes y transversales a la hora de reivindicar lo que somos, tal como se traduce el término que lleva por nombre nuestra radio, *Pachakuti: el tiempo de volver a ser nosotros mismos*” (Entrevista FM Pachakuti).

De hecho, desde el inicio de esta experiencia, el equipo de la FM Pachakuti estableció entre sus objetivos “visibilizar las problemáticas de las comunidades (...), fortalecer y fomentar la identidad cultural de los pueblos originarios, promover sus actividades culturales” (Entrevista FM Pachakuti). Esto llevó a la emisora a asumir como eje central de su hacer radiofónico la defensa del territorio y el acompañamiento a las múltiples luchas que se erigen en torno a éste, así como también, la revitalización y revalorización de la cultura kolla. Concretamente, estos objetivos, estructura[ro]n la programación así como las relaciones que estableció la emisora hacia adentro de las comunidades kollas como también con otras organizaciones territoriales y estatales (Siares, 2020). Sin embargo, desde sus inicios, la FM Pachakuti se encontró con el primer desafío: garantizar la sostenibilidad económico-administrativa del proyecto. Al igual que muchos medios comunitarios, la radio no cuenta con un financiamiento estable,

por lo que ha desarrollado diversas estrategias para poder sostenerse. Una de ellas fue acceder a los fondos estatales de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual (FOMECA), con los cuales pudieron obtener equipamiento técnico y sostener algunos programas diarios. Sin embargo, desde la emisora afirmaron que esta herramienta no se adapta a las dinámicas de las comunidades indígenas, debido a las exigencias burocráticas que demanda.

Además, hacia fines del año 2015 y con la asunción de Mauricio Macri en la presidencia del país, la LSCA pasó a reforma⁴ y, aunque la radio permaneció al aire, su vínculo con el Estado -en sus diferentes niveles- se tornó más difícil. En primer lugar, porque se demoró el desembolso de fondos que ya habían sido otorgados, y cuando finalmente llegaron, por la devaluación en la que se sumió al país, esos recursos eran insuficientes. Además, se demoró la apertura de nuevos concursos, llevando a las emisoras indígenas a una situación de incertidumbre y vulnerabilidad. Desde la emisora nos relataban: “muchas cosas no se han dado como las hemos pensado en los inicios. Nunca pensamos, por ejemplo, que iba a ser intervenida la Ley de Medios (sic), (...) que también iba a haber un cambio institucional, dentro de la estructura del Estado, no pensamos que iba a desaparecer una dirección de Proyectos Especiales, que iba a reducirse el personal que atendía las necesidades de los medios. No pensamos que se iban a estancar, a frenar algunos proyectos que habíamos ganado” (Entrevista FM Pachakuti).

Por lo mencionado anteriormente, la radio pasó algunos meses fuera del aire por no contar con recursos necesarios para reparar los equipos que habían sido dañados por las inclemencias del clima puneño.

4 El 4 de enero de 2016, a través del Decreto de Necesidad y Urgencia 267/15, el gobierno creó el Ente Nacional de Comunicaciones (EnaCom) y disolvió y unificó a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y a la Autoridad Federal de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (AFTIC). También disolvió el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, órgano creado por la LSCA que contaba, entre otros, con un representante indígena, entre otras modificaciones que significaron un retroceso para medios comunitarios e indígenas.

Del mismo modo, el equipo humano -y por lo tanto la programación- se vieron diezmos debido a la crisis económica profundizada con las medidas del gobierno macrista. Muchxs integrantes del equipo tuvieron que irse de Abra Pampa, ciudad donde se encontraba instalada la radio, a trabajar en otras ciudades, y quienes quedaron no pudieron sostener su participación en la emisora. En palabras de un entrevistado: “no había mucho tiempo para hacer militancia comunicacional, había que priorizar el trabajo. Nos hemos dado con la realidad de que no era fácil sostener una radio: si se nos quemaba un equipo, había que tener [la radio] un tiempo parada para poder conseguir los recursos necesarios y poder arreglarlos y volver a funcionar” (Entrevista a FM Pachakuti).

Sin embargo, como bien reconocen desde la emisora: “Tuvimos altos y bajos, idas y vueltas pero siempre firmes, leales y sólidos”. En efecto, y a propósito del décimo aniversario de la emisora, afirmaron: “supimos instalar en el país un nuevo modelo comunicacional, esa comunicación horizontal independiente y de mucha carga cultural. ¡Cómo olvidar los encuentros en los que participamos, muchos de ellos fuera de la provincia! Cómo olvidar nuestros debates, proyecciones, frustraciones, cuando se nos quemaron los equipos, cuando competimos en torneos de fútbol con otros medios en el marco del día del locutor...” (Entrevista FM Pachakuti). Como pudimos observar, el sostenimiento del proyecto no ha sido sencillo y ha estado signado también por la desigualdad económica en que se encuentran las comunidades indígenas del país; y aunque desde el Estado se ha avanzado en políticas que reconocen sus derechos, la distribución equitativa de recursos es todavía una asignatura pendiente.

Salir al aire/salir del aire: estrategias para seguir andando

Como pudimos ver, la radio se gestó como un espacio “para poner nuestras voces al aire y ejercer nuestro derecho a la Comunicación con Identidad” (FM Pachakuti) y paulatinamente se fue consolidando

como un sujeto político de referencia en sus territorios. En primer lugar, desde el acompañamiento a las comunidades que defienden el territorio puneño de proyectos extractivistas, no sólo transmitiendo al aire las luchas desatadas sino también siendo parte de ellas. De este modo, para el CDCKC, la comunicación es parte de un entramado de estrategias y procesos de resistencias que apuntan a la visibilización y reconocimiento de las necesidades y realidades indígenas particulares (Agüero y Müller, 2017). En segundo lugar, porque la defensa del territorio implica la defensa de la vida, de una *buen vivir* kolla, que a su vez, genera una revitalización de la propia identidad hacia adentro de las comunidades para poder resignificarla y defenderla hacia afuera de éstas. En este sentido, como nos mencionaba un entrevistado: “(...) [somos] intermediario[s] entre una comunidad y el resto de la sociedad. Es tan importante la comunicación en ese sentido y la formación de los comunicadores porque son los encargados de llevar ese mensaje del movimiento indígena para el resto de la sociedad” (Entrevista a FM Pachakuti).

Entendemos que esta constitución como un sujeto político vivo le permitió a la emisora poder adaptarse a las diferentes crisis atravesadas y seguir en pie. De hecho, el mayor desafío de la FM Pachakuti ha sido, quizás, comunicar en tiempos de pandemia. En Argentina, la llegada del COVID19, y la posterior declaración del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) el 20 de marzo de 2020, implicó transformaciones drásticas en las dinámicas políticas, sociales y económicas del país. Sin embargo, como se ha podido observar, hubo un “mayor impacto de la situación de emergencia epidemiológica en contextos sociales y regionales con desigualdades estructurales previas y allí donde las condiciones ambientales, sanitarias, alimentarias y educativas ya se encontraban en estado crítico” (Aljanati et al, 2020, p. 24). Esto fue exactamente lo que sucedió con las comunidades indígenas asentadas a lo largo del país, cuya realidad está atravesada por situaciones críticas de desigualdad socioeconómica, falta de acceso a la vivienda y servicios básicos, en el marco de una “histórica invisibilización,

estigmatización y criminalización. En este contexto, los pueblos resisten cotidianamente y de múltiples modos contra un modelo de desarrollo que excluye, contamina y enferma a toda una sociedad” (ídem).

El escenario abierto para las comunidades indígenas por la situación pandémica no fue ajeno a las dinámicas de producción de la emisora: “Nos tocó trabajar en la pandemia, pudimos sostener 4 programas. Era complicado porque muchos medios hacían programas de manera virtual desde la casa, pero nosotros no llegamos a eso, porque no teníamos buena internet, [que] era lo que necesitábamos para hacer la transmisión. Eso ha hecho que debamos reducir la programación” (Entrevista FM Pachakuti). Con una grilla reducida, la cobertura de temas vinculados a la pandemia fue ineludible, aunque desde la radio buscaron alejarse de posturas amarillistas y morbosas que tanto caracterizaron a los medios hegemónicos nacionales y locales. De hecho, nos comentaron: “es imposible no hablar del tema, era de lo que más se hablaba en todo el mundo, pero nosotros le dábamos un abordaje distinto. [Contamos] cómo la estaban pasando las comunidades, la problemática más social, cómo estaba afectando al campo, sobre todo. Los chicos que hacían entretenimiento, con ellos hablábamos que su programa fuera sólo de entretenimiento, nada de ponerse a hablar de COVID, para que no sean dos, tres programas seguidos hablando del mismo tema” (Entrevista FM Pachakuti).

A su vez, y de acuerdo a las medidas de ASPO, en todo el país se establecieron criterios de circulación. Esto impactó de dos maneras, en primer lugar, lxs comunicadores fueron considerados “trabajadores esenciales” por lo que podían circular. Sin embargo, como nos comentaron desde la emisora: “para los chicos que iban era muy complicado, porque teníamos que sacar permiso para circular, si bien el tema comunicación estaba entre las prioridades, al igual que salud, seguridad...pero eso era en la teoría, porque en la práctica después igual los agarraron a los changos, y había que ver la forma en que la policía entienda que estaban haciendo servicios de comunicación. Fue muy complicado” (Entrevista a FM Pachakuti). Como dijimos más arriba, esas actitudes

de las fuerzas de seguridad se enmarcan en el histórico proceso de estigmatización y criminalización hacia los pueblos indígenas.

En segundo lugar, estas medidas alcanzaron a las comunidades kollas, quienes vieron afectadas sus actividades de comercialización y abastecimiento, al quedar aisladas en sus territorios. Estas directrices impidieron que miembros de las comunidades, especialmente lxs más ancianxs que son quienes viven alejadx de Abra Pampa, no pudieran vender su producción -carnes, quesos y lana de llamas, cabras y ovejas, principalmente- en el mercado local ni tampoco poder acceder a los trueques o compras de otras mercaderías que son esenciales para el desarrollo de su vida alejadx de la ciudad (agua, verduras, mercadería y medicamentos). Por ello, durante ese período, lxs comunicadores de la emisora desarrollaron actividades de comunicación no mediatizada, conectando a las comunidades que habían quedado aisladas en el vasto territorio de la puna. Acercaron agua y alimentos a comunidades, llevaron medicamentos e insumos para poder cumplir con los protocolos de seguridad que exige el COVID19, y difundieron informaciones diversas acerca de la situación local, provincial y nacional, sobre todo en lo que respecta a las medidas de ayuda económica por parte del Estado. Nuevamente, y aunque esta labor resultó esencial para el desarrollo de la vida en/de las comunidades, lxs representantes tuvieron que enfrentarse a controles policiales violentos. Este proceso implicó para la emisora resignificar sus prácticas comunicativas comunitarias, y obrar en función de ello. Esto se debe a que, apropiada por sus comunidades de referencia, la emisora construye “su identidad articulada con la de [su] pueblo, es parte de la historia de las comunidades a las que pertenece y las expanden en sus contenidos, desde los dispositivos que disponen y en relación a otras acciones que suceden en cercanías” (Lamas, 2020).

Por otro lado, en junio de 2020 la emisora inició una nueva etapa. Tras el vencimiento del contrato de alquiler del local en donde estaba instalada la radio y ante la imposibilidad de renovarlo, decidieron mudarse al vecino pueblo de Cochinoqa, ubicado a 25 km de Abra Pampa. Esta decisión se fundamentó en la necesidad de acercar la emisora a las

comunidades kollas puneñas, ya que, debido a la geografía del lugar, no sólo se acercaban en distancia, sino que además, la antena tendría mejor alcance. Se acordó instalar los equipos en una de las aulas del colegio secundario de ese pueblo, abriéndole además las puertas de la radio a lxs estudiantes de dicha institución. Tanto desde la emisora como desde la dirección del colegio, coincidieron en que la radio sería un espacio de aprendizaje y de ayuda para lxs estudiantes, sobre todo en los tiempos pandémicos que corrían. Sin embargo, esta empresa demoró algunos meses más de lo pensado en desarrollarse y la radio pasó fuera del aire alrededor de cuatro meses.

Cuando finalmente la emisora pudo ser instalada, en noviembre de 2020, sufrió otro inconveniente. Las primeras transmisiones realizadas generaban interferencia con una radio de la localidad de Abra Pampa, la FM América, identificada como “la radio del intendente⁵”. Esta emisora cuenta con más y mejores equipos, por lo que llega a varias comunidades de la zona puneña, y es una de las más reconocidas y escuchadas. Por ello, las interferencias generaron malestar entre algunxs habitantes del pueblo de Cochinoca. De hecho, la FM Pachakuti hasta fue denunciada en el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) de Jujuy. Esta denuncia fue desestimada pues, como el mismo funcionario de este organismo verificó, los papeles estaban en regla y las interferencias se producían por una incompatibilidad técnica entre los equipos de la FM Pachakuti y los receptores de cada familia del pueblo. Para que ello no sucediera, la radio debía actualizar algunos de sus equipos de transmisión o bien, se deberían actualizar todos los receptores del pueblo; en ambos casos, esto implicaba una gran cantidad de recursos económicos con los que no se contaban. Entonces, desde la FM Pachakuti se tomó la decisión de no transmitir hasta tanto no se solucionara este conflicto con la comunidad de Cochinoca: en ese proceso se encuentran ahora. La estrategia es construir legitimidad y

5 Durante el trabajo de campo realizado, esta fue la manera en que integrantes de la emisora, y de las comunidades indígenas y no, emplearon para referirse a FM América, una radio de gestión privada que -a su vez- es una de las más escuchadas de la región.

reconocimiento en este nuevo entorno, y para ello, se acercaron a dialogar y articular con el Centro Vecinal del Pueblo de Cochinoca.

Constituirse como sujetos políticos de un territorio implica “luchar en el escenario público, desde sus [propias] voces y lugares de enunciación que se constituyen contra hegemónicos” (Agüero y Müller, 2017, p. 43). Poder nombrarse como una emisora kolla implica, además, apropiarse de la memoria y crear discursos propios que desafían los de una historia oficial única (Magallanes Blanco et al, 2013). Esto se fundamenta en el acto de *ser en la palabra*, recuperando el *runa simi kolla* y su tradición oral. Por ello, entendemos que tanto salir *al* aire como salir *del* aire fueron estrategias desplegadas por la emisora para poder sostenerse en sus territorios. De este modo, apuntó a construir y mantener redes a nivel -sobre todo- local, en pos de alcanzar los objetivos de visibilización y fortalecimiento de las luchas de su pueblo. Para ello fue necesario salir *al* aire, descolonizar ese territorio que es el espacio público mediatizado, contando su propia versión de las luchas actuales y de las memorias ancestrales del pueblo kolla. Por otro lado, la emisora, en tanto sujeto político, se reconfiguró en el escenario que abrió la pandemia. Así, desarrolló estrategias en red para acompañar y resolver los conflictos que atravesaron algunas comunidades, como la falta de agua o alimento, allí donde el Estado no llega o donde sus políticas son insuficientes. Para la emisora, salir *del* aire significó ser fiel a sus objetivos fundacionales; esto es: la defensa del territorio como expresión de la vida, y con ello, la defensa de una forma de vida, el *sumaj kawsay*. Como pudimos observar, en algunas ocasiones esto implicó la recuperación de saberes, o el acompañamiento a conflictos territoriales, y en otros, conectar a las comunidades que quedaron aisladas en tiempos de pandemia o dialogar con su entorno para construir legitimidad.

Conclusiones

Tal como pudimos observar, durante estos diez años, la emisora ha sido un espacio donde el pueblo kolla pudo imprimir sus estrategias de resistencia, al tiempo que se consolidaba como sujeto político, capaz de

adaptarse a diferentes contextos, en pos de preservar aquellos objetivos que refieren a la defensa del territorio y de la vida del pueblo kolla.

Así, la historia de la FM Pachakuti la evidencia como un proyecto político de largo plazo, dinámico y desafiante de las lógicas de (re) producción capitalista. Como vimos, la emisora nace de la necesidad de poder desarrollar una comunicación propia, y encuentra en la LSCA la posibilidad de gestionar una emisora de/para lxs kollas. Gracias a la apropiación del medio por parte de las comunidades, la emisora pudo posicionarse como un sujeto con capacidad de acción en el territorio, capaz de gestionar y resolver aquellas problemáticas que atraviesan las comunidades kollas a las que pertenece. Como pudimos ver, la experiencia de la comunicación kolla se inscribe en una trama de estrategias tejidas a lo largo del territorio de la puna, a efectos de fortalecer a las comunidades kollas. Para ello, desde la radio, asumieron la responsabilidad de transmitir e informar aquello que es constitutivo de la vida kolla en los territorios. A partir del tiempo inaugurado por la pandemia, esa transmisión no se agotó sólo en el micrófono. Más bien, se retomaron formas de comunicación kolla no mediatizada, como el boca en boca, el uso de *chasquis* (mensajerxs) y hasta notas escritas en papel, debido a que muchas de las familias que habitan en la puna no tienen acceso a internet ni a señal de teléfono. En otras palabras, esto demuestra que el proyecto de la FM Pachakuti trasciende a la comunicación mediatizada; y evidencia su vocación de servicio hacia sus comunidades al tiempo que sostiene el objetivo político de recuperar y proponer haciendo el *sumaj kawsay*, el buen vivir kolla, no sólo para su propio pueblo sino para toda la sociedad.

Bibliografía

- Agüero, M. y Müller, A. (2017) Comunicación y territorio. Resistencias en el noroeste argentino, en *Mediaciones* N°9. Corporación Universitaria Minuto de Dios -UNIMINUTO. Bogotá, Colombia. <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/1562>
- Aljanati, L., Barbosa, J., Bompadre, J. M., Brown, A., Castenouvo, N., Cherñavsky, S. C.,... & Varisco, S. (2020). *Pueblos indígenas y COVID-19 en Argentina: principales lineamientos de un informe colaborativo*. Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.
- de la Peña, G. (1995). La ciudadanía étnica y la reconstrucción de 'los indios' en el México contemporáneo, en *Revista Internacional de Filosofía Política* N° 6. Universidad Autónoma Metropolitana. Madrid, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2704690>
- Doyle, M. (2007). *¿Derecho a la información o derecho a la comunicación? Análisis comparativo aplicado a la situación de los pueblos originarios del territorio argentino*, *Questión* N° 1(16). Universidad Nacional de La Plata. La Plata, Argentina. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/441>
- Doyle, M. (2015). Debates y demandas indígenas sobre derechos a la comunicación en América Latina, *Temas Antropológicos* N° 37(2). Universidad Autónoma de Yucatán. Yucatán, México.
- Doyle, M. (2018). Las luchas por territorios ancestrales en los medios indígenas. El caso de FM La Voz Indígena, *Comunicación y Medios* N°38. Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Santiago, Chile.
- Ginsburg, F. (1991). Indigenous media: Faustian contract or global village?, *Cultural Anthropology* N° 6(1). Society for Cultural Anthropology. Virginia, Estados Unidos.
- Ginsburg, F. (1994). Embedded aesthetics: creating a discursive space for indigenous media, *Cultural anthropology*, 9(3). Society for Cultural Anthropology. Virginia, Estados Unidos.
- Guber, R. (2012). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Norma. Buenos Aires, Argentina.
- Lamas, E. (2020). *Medios comunitarios en tiempos de pandemia: nueva normalidad, otra comunicación*. Friedrich-Ebert-Stiftung. Buenos Aires, Argentina. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/argentinien/16626.pdf>
- Magallanes-Blanco, C., Parra Hinojosa, D., Atala Layún, A. y Flores Solana, T. (2013). Memoria e imaginarios en el discurso mediático indígena: producciones radiofónicas de Oaxaca, *Realis Revista de Estudios Anti Utilitaristas e*

- PosColoniais* N° 3(2). Universidade Federal de Pernambuco. Pernambuco, Brasil.
- Magallanes Blanco, C. (2021). Investigar y aprender desde la comunicación indígena, en Rodríguez, C. y otros: *Mujeres de la comunicación*. FES Comunicación. Bogotá, Colombia. <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/17702.pdf>
- Nava Morales, E. (2013). *Totopo no ar: Radio e Comunalidad em Oaxaca, México*. Tesis doctoral en Antropología Social, Universidad de Brasilia. Brasilia, Brasil.
- Salazar, J. (2002). Activismo indígena en América Latina: estrategias para una construcción cultural de las tecnologías de información y comunicación, *Journal of Iberian and Latin American Studies* N° 8(2). Routledge, Taylor & Francis Group. Londres, Inglaterra.
- Salazar, J. F. (2003). Articulating an Activist Imaginary: Internet as Counter Public Sphere in the Mapuche Movement, 1997/2002, en *Media International Australia* N° 107(1). Swinburne University of Technology-Australian and New Zealand Communication Association. Canberra, Australia.
- Salazar, J. F. (2014). Prácticas de auto-representación y los dilemas de la auto-determinación: el cara y sello de los derechos a la comunicación Mapuche. En C. Barrientos (Ed.). *Aproximaciones a la cuestión mapuche en Chile, una mirada desde la historia y las ciencias sociales*. Santiago, Chile: RIL Editores, pp. 143-160.
- Schiwy, F. (2009). *Indianizing Film. Decolonization, the Andes, and the question of technology*. Rutgers University Press. Nueva Jersey, Estados Unidos.
- Siares, E. (2020). FM Pachakuti. El desafío de sostener una radio indígena en la puna Argentina, en *Memorias XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación*. Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.
- Wortham, E. (2004). Between State and Indigenous Autonomy: Unpacking Video Indígena in Mexico, en *American Anthropologist* N° 2(106). American Anthropological Association. Virginia, Estados Unidos.
- Wortham, E. (2005). Más allá de la hibridad: los medios televisivos y la producción de identidades indígenas en Oaxaca, México, en *Revista Liminar* N° 3(2). Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas. Chiapas, México.

INCUPO: Comunicación comunitaria y educación popular desde fines de los '60¹

INCUPO: Community communication and popular education since the late 1960's

INCUPO: Comunicação comunitária e educação popular desde o final dos anos 1960

MARÍA CECILIA TELLERIA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO - UNR, ARGENTINA

Resumen: Se presenta en este artículo una primera aproximación a la construcción de comunicación comunitaria y educación popular del Instituto de Cultura Popular (en adelante INCUPO) ubicado en el Gran Chaco argentino. Se inicia el escrito explicitando los puntos de partida y brevemente nuestra perspectiva teórica y metodológica. Se continúa explorando el contexto de surgimiento INCUPO y sus inicios; sus organización y gestión; focalizando luego en las prácticas de comunicación y educación popular que promovió a lo largo de sus 51 años de trayectoria. Consideramos que INCUPO se ha encontrado, desde sus inicios en la década del 60, condicionado por procesos históricos latinoamericanos y propios del entorno sociocultural donde ha promovido sus prácticas. Su experiencia, considerada pionera en comunicación comunitaria y educación popular, contribuyó al fortalecimiento de organizaciones de la región e incidió en la construcción de proyectos políticos

1 Este artículo es parte de la tesis de maestría que estoy realizando en el marco de la Maestría de Estudios Culturales del Centro de Estudios Interdisciplinarios, correspondiente a la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

comunicacionales que vienen ejerciendo el derecho a la comunicación, apostando a la democratización de las comunicaciones en Argentina. El problema analizado forma parte de una investigación de maestría en curso, desarrollada mediante un trabajo de campo etnográfico que incluye entrevistas no dirigidas virtuales y análisis documental.

Palabras claves: comunicación comunitaria, educación popular, Argentina.

Resumo: Este artigo apresenta uma primeira abordagem à construção da comunicação comunitária e da educação popular do Instituto de Cultura Popular (doravante INCUPO), localizado no Gran Chaco argentino. O texto começa explicando os pontos de partida e expondo, brevemente, nossa perspectiva teórica e metodológica. O contexto do surgimento do INCUPO e seus primórdios, assim como sua organização e gestão, continuam sendo discutidos, para depois focar nas práticas de comunicação e educação popular promovidas ao longo de seus 51 anos de existência. Entendemos que o INCUPO, desde seus primórdios na década de 1960, está condicionado por processos históricos latino-americanos e típicos do ambiente sociocultural onde promoveu suas práticas. Sua experiência, considerada pioneira em comunicação comunitária e educação popular, contribuiu para o fortalecimento de organizações da região e influenciou a construção de projetos de comunicação política que vêm exercendo o direito à comunicação, apostando na democratização da comunicação na Argentina. O problema analisado faz parte de uma pesquisa de mestrado em andamento, desenvolvida por meio de trabalho de campo etnográfico, que inclui entrevistas virtuais não dirigidas e análise documental.

Palavras-chave: comunicação comunitária, educação popular, Argentina.

Abstract: This article presents a first approach to the construction of community communication and popular education of the Instituto de Cultura Popular (hereinafter INCUPO) located in the Argentine Gran

Chaco. The paper begins by explaining the starting points and briefly our theoretical and methodological perspective. It continues by exploring the context of INCUPO's emergence and its beginnings; its organization and management; focusing then on the communication and popular education practices it has promoted throughout its 51 years of trajectory. We consider that INCUPO has been, since its beginnings in the 1960s, conditioned by Latin American historical processes and by the socio-cultural environment where it has promoted its practices. Its experience, considered a pioneer in community communication and popular education, contributed to the strengthening of organizations in the region and influenced the construction of political communication projects that have been exercising the right to communication, betting on the democratization of communications in Argentina. The problem analyzed is part of an ongoing master's degree research, developed through ethnographic fieldwork that includes virtual non-directed interviews and documentary analysis.

Keywords: community communication, popular education, Argentina.

Introducción. Puntos de partida

INCUPO es una asociación civil que surge en 1969 en el Gran Chaco argentino, con sede principal en la ciudad de Reconquista (noreste de la provincia de Santa Fe). Dicha región presenta una heterogeneidad sociocultural en la que preexisten comunidades indígenas, campesinas y pobladores de barrios periféricos. Para fortalecer la organización de estas comunidades, INCUPO comienza a realizar programas radiales, a implementar el formato gráfico a partir de 1971 con el Periódico Acción, audiovisuales, jornadas y cursos de formación (de Dios, R. y C. Vigil, 1985).

Partimos de entender a la comunicación como un proceso social de producción, intercambio y negociación de universos culturales, ubicándola en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales (Martín Barbero, 1991). Consideramos a la

comunicación comunitaria, como las prácticas de comunicación que tienen por sujeto a los grupos populares y que buscan alterar las relaciones de poder hegemónicas, al potenciar la expresión de quienes habitualmente no tienen la posibilidad de ejercer su derecho a la comunicación. (Fasano y Roquel, 2015). En este sentido, implican otras miradas asociadas a estrategias, para que sean reconocidas las voces de los sectores populares en el campo mediático (Uranga, 2006; Mata, 2011).

Una relación significativa, influenciada por la praxis de educación popular de Paulo Freire (2014), es la de comunicación y educación (Huergo, 2006, Kaplún, 1997) que se centra en el problema de la vinculación entre lo educativo y la cultura, atendiendo particularmente a las acciones estratégicas y prácticas sociales. Otra dimensión importante es la relación entre comunicación comunitaria y el ejercicio de ciudadanía, considerada para analizar las experiencias de los medios de comunicación alternativa en América Latina (Martín Barbero, 1991; Alfaro Moreno, 2000 y Mata 2006, 2011). Plantean un proceso de transformación de una comunicación popular a otra más ciudadana, considerando que la comunicación es fundante de la ciudadanía, proponiendo el concepto de ciudadanía comunicativa (Mata, 2006).

Frente a este panorama, y reconociendo que la comunicación comunitaria se desarrolla a partir de una estrecha relación con su entorno sociocultural, con organizaciones y con cierta posición frente al Estado, nos preguntamos: ¿Cuáles fueron las prácticas, continuidades y transformaciones, de INCUPO en torno a la comunicación comunitaria y educación popular desde fines de los 60 hasta la actualidad? Este artículo ha sido elaborado a partir de un trabajo etnográfico que comenzó en el 2020, que nos permite atender los saberes, significaciones, experiencias y prácticas de los sujetos, para entramarlos con aspectos socio-estructurales de la problemática (Achilli, 2005). Partimos de una serie de entrevistas no dirigidas (Guber, 2013) virtuales a integrantes de INCUPO, en tanto herramienta metodológica con potencial para acceder a los sentidos sociales construidos, junto al análisis de documentos del Instituto.

Contexto de surgimiento e inicios de INCUPO

El contexto histórico de surgimiento de INCUPO se caracterizó por una fuerte conflictividad social. Para gran parte de los países de América Latina, la década del 70 representa una reestructuración política, económica y sociocultural que puso de manifiesto la crisis del Estado de Bienestar característico de los años de posguerra mundial. Se asiste a una modificación en la relación Estado-Sociedad, a la consolidación de una economía de mercado, teniendo como consecuencias el deterioro del tejido económico y social, desempleo y desigualdad en la distribución del ingreso (García Delgado, 1996).

En este período se desarrollaron experiencias de comunicación alternativa en muchos países de la región, tales como escuelas radiofónicas y reporteros populares de comunidades campesinas en Bolivia promovidas por la iglesia católica; cooperativas de agricultores en Uruguay; campesinos en Ecuador; enseñanza por televisión en El Salvador y México; periodistas con la prensa nanica (en miniatura) en Brasil; y otras más en Perú; fueron estrategias practicadas para decir lo que los grandes medios no decían (Segura, 2011, Villamayor, 2014).

En estos contextos surge la experiencia de INCUPO, retomando las experiencias latinoamericanas de radios escuelas, como las promovidas por la Iglesia Católica en la aldea andina de Sutatenza, Colombia. En el aspecto comunicacional, se inspiró en este modelo de radio educativa colombiana. En el aspecto educativo, incidieron las experiencias de alfabetización de Paulo Freire que se realizaban en el Nordeste de Brasil desde la década del 50, que consistían en un análisis crítico de los contextos para asumir una actitud protagónica de cambio frente a la misma, proponiendo una alfabetización liberadora y concientizadora (Fasano, 2020).

En 1968 se realizó en Medellín (Colombia), la 2ª Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, para profundizar los contenidos del Concilio Vaticano II. Se conforma la Teología de la Liberación, enfocada en la liberación política, económica y cultural, superar la injusticia,

pobreza y marginalidad, reconociendo un lugar central a la comunicación. Se consideraba que el analfabetismo era consecuencia de la pobreza, por lo que promovieron crear proyectos de educación popular y de organización de base. Los proyectos dieron nacimiento a varias Instituciones, una de ellas fue INCUPO.

Organización y gestión de INCUPO

INCUPO surge en el norte de Santa Fe, en la ciudad de Reconquista. Allí se encuentra la oficina central y el centro de capacitación. Luego se fue expandiendo hacia Formosa, Chaco, Corrientes, Misiones, Entre Ríos, Santiago del Estero, Tucumán, Catamarca, La Rioja, Jujuy y Salta. En los comienzos tenían diferenciadas dos grandes regiones, el noreste (NEA) y el noroeste argentino (NOA). Actualmente el área de incidencia de INCUPO es Santiago del Estero en el NOA y el norte de Santa Fe, Formosa, Chaco y Corrientes en el NEA. Fueron creando proyectos provinciales y así nacieron pequeños incupitos²: pequeñas y no tan pequeñas instituciones que amplíen el trabajo de INCUPO, que sostengan el trabajo de INCUPO pero ya con sus propias lógicas, sus propias dinámicas”³. En este sentido, INCUPO no puede abarcar toda la problemática que hay en una comunidad pero sí lo hacía en articulación con otras instituciones”⁴.

La estructura de INCUPO está compuesta por una asamblea con integrantes del instituto y socios activos. Dicha asamblea se reúne una vez al año y cada tres años se eligen autoridades. Actualmente está formada por una comisión directiva, los programas de acción directa

2 En Catamarca se creó Bienaventurados los Pobres. En Tucumán se creó el Servicio de educación popular, SERDEP. En Santiago se creó el Programa Integral del Campesinado, PROINCA. En Formosa se creó una institución que se llama Asociación para la promoción de la Cultura y el Desarrollo, APCD.

3 Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis (Comunicador y Conducción en INCUPO, 1979 - 2020, Chaco)

4 Tales como el INTA, Caritas, la Secretaria de Agricultura Familiar, con Desarrollo Social, con Universidades. Entrevista N° 9, 23/09/2021, Araceli (Ingeniera Agrónoma, 2004, Formosa)

(alimentación, ambiente saludable, derechos indígenas, educación para la eco ciudadanía); la unidad de comunicación, de administración y de monitoreo y evaluación, que dependen de la comisión directiva.

A lo largo de los 51 años de existencia, las estrategias fueron cambiando: en los comienzos los equipos de provincias eran muy numerosos. También los recursos. Con el tiempo las fuentes de financiamiento fueron reduciéndose y el trabajo de terreno también. Además, las organizaciones comunitarias, locales, zonales se fueron estructurando y logrando mayor autogestión, lo que facilitó la reconversión de INCUPO y su rol, el que pasó a tener características más de gestión”⁵. Reconocen desde INCUPO que: se reflexionaba mucho sobre las prácticas, se analizaba desde distintas miradas y eso de que puedan analizar tu práctica te lleva a que todos los demás admiren y analicen y critiquen y se fortalezcan”⁶.

Un rol importante en los comienzos fue el “promotor . Este visitaba a las comunidades indígenas y campesinas para descubrir las necesidades sentidas que eran aquellas que las mismas comunidades sentían como urgente y a partir de ahí empezar a trabajar: ¿Cómo se empezaba a trabajar? generalmente se convocaba a una reunión comunitaria en la capilla o en la escuela o en algún centro así vecinal donde, para motivar la conversación, compartíamos algún material audiovisual”⁷.

También se encontraba el rol de “monitor”, era un miembro de la misma comunidad donde se incidía, que recibía una capacitación especial en los centros radiofónicos para hacer de nexo entre el programa de radio y la comunidad. Las tareas que tenía a su cargo eran la matriculación de los miembros para recibir el material didáctico, supervisión del centro y entrega de diploma al terminar el ciclo.

Otro rol importante era el “técnico”, dado que se trabajaba el tema de la

5 Entrevista N°1, 17/11/2020, Luis

6 Entrevista N° 9, 23/09/2021, Araceli

7 Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis

producción: “las actividades que se organizaban en cada una de las comunidades tenían ese carácter, carácter productivo, entonces ahí hacía falta la participación de un técnico según sea la materia”⁸.

Con respecto al financiamiento, la principal fuente de INCUPO fueron agencias europeas vinculadas con la iglesia. Asimismo, pudieron conseguir algunos proyectos del gobierno argentino, a partir de los cuales financiaron programas de radio y videos, “pero con el gobierno poco y nada”⁹.

Durante el 2020 la agencia alemana que mayor aporte estuvo realizando al Instituto, llamada Misereor, se va de Argentina y deja de financiar sus proyectos. El efecto que esto ocasionó en INCUPO fue que “de los 40 que somos van a quedar menos de 10 así que estamos como de duelo en este momento”¹⁰. Así comienzan a focalizar en un área de trabajo de movilización de recursos, utilizando sobre todo las redes sociales para captar fondos, para “generar la visibilidad, la sensibilización social de lo que es la misión de INCUPO”¹¹.

Comunicación/educación popular para la transformación

INCUPO surgió apostando a la educación popular desde la comunicación radiofónica: “Incupo nace para alfabetizar. Y no alfabetizar de cualquier manera sino con un método que es el de Paulo Freire, que es la alfabetización y concientización de las personas, que a la par de aprender a leer y escribir descubrieran porqué viven la situación que viven y tratar de cambiarla”¹².

8 Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis

9 Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis

10 Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis

11 Entrevista N° 5 07/04/2021, Mónica (Unidad de Comunicación de INCUPO, desde 2018, Chaco)

12 Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis

La estrategia para alfabetizar eran los centros radiofónicos¹³. Llegaban a las comunidades a través de la generación de un “paquete de materiales que eran multimedial y de ahí nace la idea de usar la radio”, por su bajo costo, su gran alcance, implementada con material necesario para alfabetizarse: cartillas, láminas de letras y números, palabras generadoras. En el terreno, se encontraba el monitor: “Se articulaban esas tres cosas, la radio, el monitor y el material y se elegía un lugar en la casa de alguno”¹⁴. Esto nos remite a que “la radio comunitaria es un hecho cultural, constructora de sentido socio-político, capaz de generar comunidades culturales y no sólo las marcadas por una geografía particular” (Villamayor, 2014).

Se producía un programa semanal en AM Amanecer¹⁵ de Reconquista (Santa Fe) y otro en AM Solidaridad, Añatuya (Santiago del Estero). Los objetivos de estos programas eran fortalecer los sistemas de vida rural y el espacio comunicacional para compartir vivencias y propuestas: “nos interesa que las organizaciones que acompañamos recuperen la voz, la palabra, no queremos hablar por ellos, queremos que ellos retomen la palabra”¹⁶.

En 1972 comenzaron a producir el Periódico Acción, una publicación mensual que se distribuía en el norte del país, dando a conocer su propuesta, posibilitando un espacio comunicacional a las comunidades rurales e indígenas. Formó parte de lo que denominaban “estrategia de multimedios” junto a la radio, las cartillas, el monitor y los folletos:

“Al principio se hacía todo en Reconquista. Cuando se crea INCUPO se

13 La primera emisión de programas de alfabetización, salió al aire el 21 de septiembre de 1970.

14 Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis

15 En 1993 formaron una fundación llamada San José con el Obispado de Reconquista y esa fundación creó Radio Amanecer. Se emitían dos programas: “Juntos Podemos” (en el aire hasta fin del año 94), con una audiencia organizada con programa sistemático dirigido a los Centros Radiofónicos, es decir, grupo de personas con su monitor. El otro programa era “Este Norte, Nuestro”, con audiencia abierta para todo público.

16 Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis

crea con la radio como una de sus principales herramientas, entonces la oficina central tenía dos salas de radio con todo el equipamiento que te puedas imaginar, el mejor micrófono, la mejor consola, los mejores grabadores, todas salas acustizadas con paneles acústicos. Con ese equipamiento se hacían los programas de alfabetización. En aquel tiempo, en los 70 se trabajaba con cintas abiertas, y se mandaban a las radios de toda la región. Cada radio las usaba y luego las devolvía y se le daba una nueva y así. Con el tiempo esas cintas fueron quedando de lado y se empezó a usar el cassette. Obviamente después del cassette ya vino el CD, el disco compacto y yo te diría que a partir de la década del 90, la producción radial se fue descentralizando de Reconquista. Ya eran programas semanales, en vivo muchos de ellos. Ya no se usó tanto la grabación sino que se editaban notas y esas notas se llevaban a la radio para ser difundidas en el momento que el programa salía al aire. Así fue, primero empezó en Reconquista y luego se fue descentralizando a Corrientes, Resistencia, Añatuya, Santiago del Estero, Formosa¹⁷.

Pese a estas condiciones de producción y estrategias se enfrentaron a una situación: “con los años aprendimos que solamente leyendo y escribiendo la situación socioeconómica no se resolvía. Una vez nos dijo un campesino de Formosa: ¿y yo para qué quiero aprender a leer y escribir si voy a seguir siendo pobre?”¹⁸. Entonces, había que cambiar de estrategia, o mejorarla. Fueron sumando temáticas a la educación popular, tales como educación para la salud, para la vida familiar, para el trabajo, la producción, la formación política, ampliando la propuesta educativa.

También sistematizaron los modos operativos¹⁹ que tenían para el trabajo con las comunidades:

- Modo operativo A: programas radiofónicos de audiencia abierta para grupos no organizados, acompañados del Periódico Acción.

17 Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis

18 Entrevista, N°2, 01/12/2020

19 Fuente: Documento inédito titulado Proceso educativo en INCUPO”

- Modo operativo B: programas radiofónicos sistemáticos para alfabetización y capacitación de grupos organizados, apoyados por el Periódico Acción, cartillas, láminas y una red interpersonal variable según los casos: maestro, instructor, delegado zonal, promotor, monitor.
- Modo operativo C: programas radiofónicos de educación comunitaria y organización de comunidades de base para la concientización de grupos de decisión y de trabajo con componente económico: “si bien la alfabetización era importante y necesaria pero había que sumar otras cosas: todo lo relacionado con el trabajo rural, producción agropecuaria, la producción de alimentos y la producción para la venta.”²⁰

Para INCUPO, “la educación tiene que ser transformadora, tiene que ayudarme a cambiar algo, a cambiar mi realidad, cambiar cómo veo la realidad y desde ese lugar Incupo tiene como una cuestión muy especial que es como esta posibilidad de crear cosas, pensando cuáles son los desafíos de la realidad”²¹. En este sentido, las instancias de capacitación son inherentes a las acciones de INCUPO. Algunas apuntan a la formación de organizaciones de base, tales como los cursos EFI (Educación Fundamental Integral) que se iniciaron en 1973.

Otras capacitaciones son de formación institucional. En 1984, realizaron una capacitación junto a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) donde aprendieron todo lo referido a la comunicación y estrategias de acercamiento a las comunidades, “que venía con muchos miedos y mucha incertidumbre por todo lo que fue la dictadura militar, ahí nace un poco la comunicación comunitaria que tratábamos de promocionar e impulsar que la gente pueda expresarse y los podamos grabar y ahí empezamos con los programas radiales”²².

20 Entrevista N°3, 03/12/2020 Luis

21 Entrevista N°6, 29/04/2021, Silvia (Consejo Directivo INCUPO, 2006, Santa Fe)

22 Entrevista N°8, 16/09/2021, Jorge (Comunicador en INCUPO, 1985, Corrientes)

La manera de proceder y reunirse en ese contexto de dictadura²³ era solicitando un permiso a la policía y enviaban un agente que participe de la reunión: “no se hablaba de política, se hablaba de cosas que no tenían en apariencia vinculación con la política ni con la situación que vivía el país”²⁴.

Iniciado el período democrático en 1983, el panorama económico-social heredado consta de un incremento de los problemas sociales. Sin embargo, “se reestructuran todas las organizaciones campesinas e indígenas en todas las provincias donde INCUPO estaba”²⁵. En la década de los '90, ante la inclinación del Estado hacia los sectores poderosos de la sociedad y la marcada presencia del mercado, ocurren cambios en INCUPO, que incide en la estructura interna como en los modos de llevar a cabo las tareas de promoción y desarrollo rural.

Antes el sujeto social receptor de la acción de INCUPO era el campesino, aborigen, cosechero, asalariado. En esta etapa, se amplía, sumándose mujeres, jóvenes, pequeños y medianos productores que piden asesoramiento y familias de pequeños pueblos en general changarines o empleados.

De esta manera, desde el año 2000 en adelante los desafíos que surgen del contexto, obligan a la Institución a seguir pensando en su propuesta educativa de manera tal que esté en consonancia con los nuevos escenarios²⁶. En este sentido, “Incupo iba viendo desde qué lugares podía aportar, desde la educación, desde la salud, desde los derechos al trabajo y a la tierra”²⁷.

23 Nos referimos a la última dictadura cívico militar que transcurrió en Argentina desde 1976 a 1983.

24 Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis

25 Entrevista, N°2, 01/12/2020, Luis

26 Particularmente, en la región de acción de INCUPO, se presenta un contexto de caída de los productos regionales, su sistema de autoabastecimiento, el éxodo del campo a la ciudad. También hubo entrega de tierra a los aborígenes en distintas provincias, a partir de las reformas constitucionales y de las luchas de las organizaciones indígenas y de las organizaciones no gubernamentales.

27 Entrevista N°9 23/09/2021, Araceli

En paralelo, hay un crecimiento de las comunicaciones y las tecnologías, concentrado en grandes corporaciones.²⁸ En este sentido, una de las características estratégicas de la conducción de INCUPO era la “apertura, no el cerrarse sino el construir con otros”²⁹. La intención de INCUPO y “su postura era que realmente la gente tuviera la posibilidad de tener su propio medio, que se reflejara su propia cultura”³⁰, sin embargo “ejercitar el derecho a la comunicación no es sólo tener una radio comunitaria, sino tener un marco jurídico, un marco legal que te permita funcionar”³¹.

En consonancia, INCUPO desde sus inicios se involucró e incidió en procesos de organización por el derecho a la comunicación y la democratización de la palabra. Fueron partícipes de ALER que también comenzó con el propósito de alfabetizar a través de la radio. INCUPO integraba la Junta directiva de ALER, generando instancias de trabajo conjunto: “Se hacían pasantías, estadias, seminarios, diferentes actividades de capacitación siempre en función de las temáticas que se estaban abordando, la temática indígena, de la mujer, la cuestión de los migrantes”³².

Promovió la organización de FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), motivados por generar un marco jurídico y legal que fomente la construcción de radios comunitarias, a partir de lo que luego sería la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. En este sentido, desde INCUPO impulsaban la articulación de radios de Formosa, del Chaco, de Corrientes, “las poníamos en contacto con FARCO para que reciban las capacitaciones de ellos sobre el tema de la ley, tema técnico, producción de contenidos”³³.

También incidió en la formación de la *Red de Comunicación Indígena*,

28 Fuente: Documento inédito titulado “Proceso educativo en INCUPO”

29 Entrevista, N°4, 07/04/2021, Antonia

30 Entrevista N°4, 07/04/2021, Antonia

31 Entrevista N°7, 15/09/2021, Luis

32 Entrevista N°7, 15/09/2021, Luis

33 Entrevista N°7, 15/09/2021, Luis

que surge a comienzos del 2000 en Chaco financiada por Cáritas (Alemania). Tenía sus propios corresponsales, su propio programa radial en el NEA y en el NOA. La Red se mantuvo activa por casi 6 años. Otra organización que promovió fue la *Red de Comunicadores del Gran Chaco* en el 2004. La Red cubría la problemática de los agrotóxicos, contaminación ambiental: “la Red nace con esa necesidad de difundir lo que estaba pasando. Nos integramos comunicadores de las instituciones no gubernamentales como Incupo, de las organizaciones indígenas y campesinas y de medios”³⁴.

En definitiva, INCUPO accionó desde sus inicios para que “las organizaciones tengan su propio comunicador y fortalecer las radios locales con vocación de integrarse a una comunidad, de difundir mensajes comunitarios, aunque no sean radios comunitarias. Si veíamos que había una práctica comunitaria nos acercábamos para fortalecerla con capacitación, con producción, con equipamiento”³⁵.

Reflexiones finales

A lo largo de este artículo exploramos y nos aproximamos a comprender que la construcción de la comunicación comunitaria y la educación popular se encuentra condicionada por procesos latinoamericanos, que promovieron la construcción de INCUPO como pionero en comunicación comunitaria, y a partir de allí de otras organizaciones y proyectos políticos comunicacionales, que han venido ejerciendo y disputando el derecho a la comunicación, demandando y promoviendo propuestas de políticas de comunicación desde fines de los 60.

En este sentido, es factible percibir momentos en la historia INCUPO, que no corresponden a un tiempo histórico lineal, sino que permiten comprender las estrategias que se dieron desde lo institucional hacia las comunidades y hacia la incidencia en políticas. Momentos que nos

34 Entrevista N°7, 15/09/2021, Luis

35 Entrevista N°3, 03/12/2020, Luis

remiten en primer lugar a la prioridad de la educación popular a través de diversos medios de comunicación con el objetivo de transformar la realidad de las comunidades campesinas e indígenas.

En segundo lugar, nos encontramos ante un momento de ampliación de las problemáticas que acompaña INCUPO. Comenzaron a incentivar y promover el protagonismo de las comunidades indígenas y campesinas en sus derechos postergados, visibilizándolos: la propiedad de la tierra, el modelo de producción rural agroecológico, el cuidado ambiental y la soberanía alimentaria.

En tercer lugar se abocaron en generar comunicación comunitaria y construir modelos alternativos de gestión en la comunicación, generando y defendiendo un marco legal y jurídico que tenga como horizonte y presente el derecho a la comunicación y la democratización de la palabra. De esta manera, la educación popular y la comunicación comunitaria e institucional se muestran como una forma y motor de lucha por la transformación social y política.

Esto nos remite a un hecho ineludible. Las experiencias de los medios de comunicación comunitarios han interrogado la dimensión política de la comunicación, demandando y confrontando el sistema comunicacional constituido por medios funcionales a los poderes económicos y políticos. Por lo que constituyen una ciudadanía desde la praxis, en donde “la comunicación es consustancial a su existencia en un doble sentido. Por un lado, porque la comunicación resulta imprescindible para colectivizar las necesidades, las demandas y las propuestas; por otro, porque ella es necesaria para hacerlas presentes en el espacio público” (Mata, 2011, s.p.).

Desde las prácticas de comunicación y de educación que promueve INCUPO desde sus inicios, se pretende incentivar la potencialidad de emancipación de los sujetos sociales vulnerados desde lo sociopolítico y fortalecer los lazos que conforman comunidades, un nosotros. “Emancipación en términos de género, de libertades individuales, de relaciones laborales, de modelos de producción económica,

generacionales: en todos los casos, estos sujetos procuran alterar de alguna manera las relaciones de fuerza que los posicionan subalternamente, a través de un mayor y mejor ejercicio del derecho a la comunicación.” (Fasano et al.2019, p.282).

“Nosotros también tenemos derecho, estamos, somos, sabemos, queremos, proponemos y nos movemos”³⁶, es decir, las comunidades indígenas y campesinas del gran Chaco argentino se identifican en un creciente protagonismo que los lleva a pensarse como sujetos de derechos y de capacidad de transformación.

Referencias bibliográficas

- Achilli, E. (2005). *Investigar en antropología social. Los desafíos de transmitir un oficio*. Ed. Laborde, Rosario.
- Alfaro Moreno, R. M. (2000). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. En *Razón y Palabra* N° 18, México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n18/18alfaro.html>
- De Dios, R. y C. Vigil (1985). Diagnóstico participativo de comunidades: La experiencia de INCUPO. Revista *Chasqui* N° 14. CIESPAL, Quito.
- Documento interno. *El proceso educativo en Incupo – 1970 - 2005*
- Fasano, P. (2020). *Cambio de estilo*. Tesis. Universidade Federal do Rio Grande Do Sul, Brasil. En prensa.
- Fasano, P; et al. (2019). ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación comunitaria? *Ciencia, Docencia y Tecnología*, Vol 9, N°9. UNER, Entre Ríos, Argentina.
- Fasano, P. y Roquel, I. (2015). Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones. *Actas de Periodismo y Comunicación*, 2, 1.
- Freire, P. (2014). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI, Buenos Aires.
- García Delgado, D. (1996). *Estado y Sociedad*. Ed Norma, Buenos Aires.
- Guber, R. (2013). *El salvaje metropolitano*. Paidós, Buenos Aires.
- Huergo, J. (2006). *Hacia una genealogía de Comunicación/Educación. Rastreo de algunos anclajes político-culturales*. Tesis de Maestría UNLP (Argentina)

36 Entrevista N°4, 07/04/2021, Antonia

- Kaplún, M. (1997). De medios y fines en comunicación educativa. *Chasqui* N° 58. Ecuador.
- Martín Barbero, J. (1991) *De los medios a las mediaciones*. Anthropos, Barcelona.
- Mata, M. C. (2006). *Comunicación y ciudadanía. Problemas teóricos de su articulación*. *Fronteiras*. VIII(1).
- Mata, M.C. (2011). *Ciudadanizar las políticas de comunicación: los nuevos desafíos*.
- Segura, M. S (2011). *Las disputas por democratizar las comunicaciones. Las tomas de posición de las organizaciones sociales (Córdoba, 2001-2009)* Tesis. UBA.
- Uranga, W (2007). *Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales*. Disponible en: <http://wuranga.com.ar>
- Villamayor, C. (2014). *Las radios comunitarias gestoras de procesos comunicacionales*. Bogotá.

Museos comunitarios en Latinoamérica y Argentina: historias, presente y futuro

Museus comunitários na América Latina e Argentina:
histórias, presente e futuro

Community museums in Latin America and Argentina:
histories, present and future

MIRTA AMATI

COMISIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (CIC) -
UNIVERSIDAD NACIONAL ARTURO JAURETCHE (ARGENTINA) Y
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES (ARGENTINA)

CECILIA VILALTA

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES (ARGENTINA)

Resumen: El trabajo analiza la temática de los museos comunitarios en Argentina y Latinoamérica, a partir de los contextos históricos y actuales de este tipo de organizaciones. Se historiza su emergencia y la diferenciación tanto regional y nacional, así como con los museos tradicionales. Se problematiza la articulación de los museos comunitarios en/ desde el Estado, las universidades, en general, y de las carreras de comunicación, en particular, así como su inclusión -dentro de estas- en la comunicación comunitaria. Los contextos territoriales e históricos que fueron desarrollando formas comunitarias particulares y los cambios del tiempo presente -tanto sociocomunitarios como globales-, consecuencia de la acción colectiva comunitaria, de las redes sociales y de la pandemia del COVID, son cuestiones que

nos permiten avizorar y proponer líneas prospectivas para un futuro próximo.

Palabras claves: museos comunitarios, comunicación, contextos.

Abstract: This paper analyzes the tematics of community museums in Argentina and Latin America from the historic and actual contexts of these kinds of organizations. It historizes their emergency and differences at regional and national level, and also against the traditional museums. It problematizes the articulation of the community museums from and within the States, Universities in general and also within the communication careers of these universities, analyzing its inclusion in the community communication. The territorial and historical contexts that developed particular community activities along with the current changes (both socio-community and global) caused by collective community actions, social networks and Covid's pandemic are aspects that allow us to glimpse and propose prospective ideas for the near future.

Keywords: community museums, communication, contexts.

Resumo: O trabalho analisa a evolução dos museus comunitários, na Argentina e na América Latina, a partir dos contextos históricos e atuais desse tipo de organização. Seu surgimento e sua diferenciação -tanto regional quanto nacional- assim como os museus tradicionais são historicizados. Problematiza-se a articulação dos museus comunitários no/do Estado, das universidades em geral, e das carreiras de comunicação, em particular, bem como sua inserção -dentro destas- na comunicação comunitária. Os contextos territoriais e históricos que foram desenvolvendo formas comunitárias particulares e as mudanças do tempo presente -tanto sócio-comunitárias como globais-, consequência da ação coletiva comunitária, das redes sociais e da pandemia do COVID, são questões que nos permitem vislumbrar e propor linhas prospectivas para um futuro próximo.

Palavras chave: museus comunitários, comunicação, contextos.

Introducción

Los museos comunitarios están adquiriendo mayor importancia y presencia en el contexto actual. Esto es un efecto inmediato de la pandemia -que llevó a incorporar otras estrategias comunicacionales y comunitarias- pero también resultado de la demanda y presencia pública de distintos colectivos: movimientos comunitarios que vieron en esas organizaciones una posibilidad de intervención e incidencia en el espacio público.

La historia de los museos tradicionales, y su relación con las comunidades y los públicos, muestra aperturas y transformaciones que se alejan de las visiones conservadoras y hegemónicas (del coleccionismo y el patrimonio nacional) para dar centralidad, participación y derechos a las comunidades y acciones locales sobre sus propios patrimonios, objetos, saberes y culturas.

Por otro lado, en la historia de las organizaciones comunitarias y los movimientos sociales, se observa que además de los medios de comunicación tradicionales -la radio, la televisión, el cine comunitario- se comienzan a incluir las nuevas tecnologías y, dentro de ellas a las redes sociales, así como a tener sus propios museos -comunitarios, ecomuseos o museos de territorio- que son tomados como herramientas comunicacionales para el fortalecimiento, el empoderamiento y la participación social.

En estas transformaciones no sólo participan los estados y las mismas comunidades y organizaciones sociales, sino también las universidades a través de proyectos de investigación y extensión, de las materias y carreras. Los nuevos paradigmas teóricos de las disciplinas científicas y de distintas corrientes (de la pedagogía y la museología, por ejemplo) promovieron cambios en la gestión y la estructura de los museos. Sin embargo, y a pesar de que el museo es considerado el “primer medio de comunicación masiva” (Verón, 1992), dentro del campo académico de la comunicación -y en particular de la comunicación comunitaria- encontramos que se trata de un lugar de vacancia. La comunicación *en* los museos suele ser objeto de intervención y gestión de otros profesionales que toman a la comunicación desde otras perspectivas y disciplinas.

La universidad no ha sido central en esta historia, con la excepción de los museos universitarios y los museos de sitio que tienen una larga trayectoria en Latinoamérica. Sin embargo, en las últimas décadas empezaron a incorporarse seminarios y materias en distintas carreras, así como en carreras de posgrados (diplomaturas y especializaciones).

Revisitar estas *historias* (de los museos nacionales y tradicionales, de los museos comunitarios, de las organizaciones y movimientos sociales, de las universidades y, dentro de ellas, de las investigaciones de la comunicación y de la comunicación comunitaria), *contextualizarlas* en Latinoamérica y Argentina, pero también en la actualidad, nos permitirá tener una mirada *prospectiva* para un futuro cercano que, aunque *incierto* por la pandemia, nos permite vislumbrar algunas posibilidades.

Historias y tradiciones latinoamericanas en los museos comunitarios

Latinoamérica es un territorio con una larga tradición en comunicación y acción comunitaria que se desarrolló en diferentes espacios e instituciones, incluidos los museos (DeCarli, 2004). Esas acciones comunitarias latinoamericanas son producto de una historia situada, tanto local como nacional y regionalmente, y fue configurando modos particulares de comunicar. Más allá de las distintas denominaciones (como comunitaria, popular o alternativa) este tipo de comunicación se caracteriza por el protagonismo de los actores comunitarios, la participación y fortalecimiento de esos sectores y el aprendizaje y empoderamiento colectivo. Surgidos desde la resistencia, esos proyectos comunitarios buscan democratizar el espacio público con el fin de hacer circular las propias palabras, narrativas, identidades y memorias, y así poder revertir el poder y la desigualdad social (Amati, Isella y Lois, 2014).

Esos contextos territoriales e históricos fueron desarrollando formas comunitarias particulares que se diferencian de las producidas en otros contextos: “lo comunitario” no tiene el mismo sentido ni llamamos “comunidades” a los mismos tipos sociales cuando hablamos de

estas cuestiones en Europa, en Estados Unidos o en América Latina. Si bien al interior de cada una de esas regiones encontramos diferencias y pluralidad, las tradiciones comunitarias se producen, disputan y continúan *en* cada espacio territorial. Así, las tradiciones del comunitarismo liberal y conservador, en Europa y Estados Unidos (Torres Carrillo, 2013) no son dominantes en América Latina. Por esto, las acepciones, cosmovisiones, propuestas y acciones concretas son tan disímiles que incluso, en una y otra región, no las consideramos como tales: por ej. el comunitarismo estadounidense no es considerado comunitario por los pensadores y estudiosos de la comunicación en América Latina (si bien la filosofía y la sociología política los retoma con esa terminología).

En Europa, los “ecomuseos”, los “museos de sitio” y los “sitios musealizados” guardan ciertas similitudes con los “museos comunitarios”; sin embargo, sus raigambres son distintas: mientras los primeros se originaron en las museologías críticas francesas y en las disciplinas de las ciencias humanas y aplicadas (Rivière, 1985; Varine-Bohan, 1985); en América Latina, continuaron cosmovisiones de los pueblos originarios, de los movimientos políticos y sociales y de las mixturas, sincretismos e hibridaciones culturales latinoamericanas del proceso (todavía en curso) decolonial/poscolonial (García Canclini, 1989; Quijano, 2020).

Todos los museos -incluso los comunitarios- son postsociales. Se trata de instituciones *européas y coloniales* -como las escuelas, las ciencias, los censos o el servicio militar- mediante las cuales los *Estados nacionales latinoamericanos* lograron conformar e imaginar sus naciones como homogéneas y modernas (Anderson 2000). Para esto, excluyó lo “comunitario” privilegiando un tipo de relacionamiento social que es el de la “sociedad” (Tönnies 1947).¹ En esa misión, los museos tenían

1 Históricamente, el carácter medieval y comunal fue reemplazado por la forma moderna e industrializada, una relación no comunal, contractual, competitiva, racional, con fines planificados, donde prima la voluntad individual, la ciudadanía abstracta y, por lo tanto, los derechos y el igualitarismo. Se suponía que las sociedades modernas (con sus instituciones racionales y científicas) iban a terminar con el oscurantismo religioso y comunitario (plagado de mitos, supersticiones, violencias y jerarquías).

que *recolectar, investigar, conservar y comunicar* testimonios y evidencias de (y para) nuestras sociedades: instituciones para hacer creer. Ese pasaje de “la comunidad” a “la sociedad”, más allá de la profundidad de los cambios y las pervivencias de los modos comunitarios, fue un hecho histórico que modificó relaciones sociales y de poder/saber.

En la era de las naciones, el estilo dominante de los museos fue el de templos laicos del saber y del orden. Con el paso del tiempo dejaron de ser templos de las musas y guardianes del patrimonio, para ser considerados medios masivos y espacios de comunicación (Verón, 1992; Davallon, 1992; Hernández Hernández, 1998; Dujovne, 1995).² Las dictaduras en los países de América Latina interrumpieron esas discusiones y propuestas, retomadas en los procesos de transición democrática. Historias y memorias que dejaron su impronta y estilos críticos y de organización comunitaria que marcaron para siempre a los museos latinoamericanos: hacer evidente e irrefutable la necesidad de abrirse a la comunidad.

La nueva museología y la museología crítica así como los nuevos paradigmas de las disciplinas que los museos comprenden (historia, antropología, ciencias naturales, etc.) comenzaron a enfatizar la divulgación, la transposición didáctica, la mediatización y la extensión cultural y educativa, la cuestión de los públicos (García Canclini, 2010; Smilchuk, 2012). Desde estas nuevas perspectivas, las funciones de conservación

2 A partir de la Mesa Redonda de Santiago de Chile, en 1972, se dio un fuerte impulso a los museos comunitarios, escolares, integrales, rurales... latinoamericanos, es decir a las propias culturas locales que defienden una mayor autonomía y descentralización en este tipo de instituciones y a una popularización de esos patrimonios. Entre esas iniciativas, el trabajo realizado por Mario Vásquez en la Casa del Museo (1972-1980), un proyecto experimental del Museo Nacional de Antropología (MNA) y de Guillermo Bonfil Batalla en el Museo Nacional de Culturas Populares, en 1982, en México, introdujeron la necesidad de romper con la museología nacionalista y eurocéntrica, formando una tradición en los museos latinoamericanos que sostienen que las comunidades también tienen derechos: a seleccionar objetos que consideran patrimonializables, a participar en la interpretación de esas colecciones, a realizar investigaciones, a cuidar, exponer y comunicar los bienes culturales que ellas mismas producen. Esto suponía otra relación entre museo-comunidad o museo-entorno.

y puesta en valor no deben menoscabar las funciones comunicacionales y educativas encargadas de nuevas estrategias como son: la recolección participativa, la autoría curatorial compartida, la creación de museos comunitarios y de sitio, las muestras itinerantes o las puestas y performance que intervienen de manera crítica a la colección permanente. Esos cambios en algunos casos se produjeron de manera radical, abarcando toda la institución; en otros, se restringieron a las áreas de educación, de comunicación o de relación comunitaria. En todos los casos, provocaron distintas estrategias y propuestas hacia los públicos, la ciudadanía, las comunidades.

La globalización y transnacionalización de la cultura también impactaron en estas instituciones: la emergencia del “turismo cultural”, la “industrialización de la cultura”, la renovación y el desarrollo local, la consideración y revalorización del patrimonio tangible e intangible, la necesidad de democratización institucional, las luchas contra la desigualdad y el patriarcado, etc.

En la actualidad, su presencia a través del turismo, las redes sociales y los territorios locales hace que se enfatice la necesidad de transformación y fluidez: son museos “vivos”. La ciudadanía y los nuevos movimientos sociales -organizaciones comunitarias de trabajadores, de la economía social o feministas, entre otras-, los públicos, pero también las comunidades a las que pertenecen objetos y territorios, reclaman dichas transformaciones. ¿De quién es ese patrimonio?, ¿quién y por qué tiene la autoridad para recolectar, conservar y comunicar?, ¿se trata de abrir los museos a “la participación” o de plantear una “autoridad compartida” desde el inicio de las propuestas, en la estructura y funcionamiento institucional?

Como sostiene Úcar (2009) la cuestión no es encontrar la “verdadera función comunitaria” (una comunidad “modelo” o “universal”) sino preguntar: ¿qué “hace” comunidad?, ¿cómo se efectúa?, ¿qué tipo de relaciones produce?

El contexto de la pandemia de Covid 19, también impactó en los modos de repensar el “alcance” y “relación” con las comunidades (tanto

territoriales como virtuales) y el “desafío” de utilizar las redes. En estos contextos y fenómenos, “la comunidad” no aparece como “algo dado” sino “algo que se elige” (Úcar, 2009), es decir que lejos de ser “un destino” (en nuestro caso, de los museos), es una “construcción colectiva, cotidianamente sostenida” (p. 10) en, desde o con los museos.

Algunos datos de museos comunitarios en la Argentina

En Iberoamérica hay actualmente más de 8000 museos, de los cuales Argentina cuenta con más de 1000 (un poco menos que México).³ Sin embargo, dentro de la tipología de museos, sólo unos cientos son comunitarios (y en Argentina no llegan a una decena). Por supuesto que, en los otros tipos de museos, hay acciones o experiencias de vinculación y acción comunitaria, sumado a que muchas organizaciones comunitarias no están registradas por los organismos nacionales e internacionales.

Esas cifras podrían discutirse por varias razones. En primer lugar, respecto a los países que se seleccionan, podemos observar que el criterio “iberoamericano” impone la lógica del país colonizador, España y Portugal, al incluir a países geopolíticamente situados en otras regiones⁴ mientras excluye a otros países e instituciones que no entran en esa cuantificación/clasificación. En segundo lugar, la clasificación separa a los “museos” (sin adjetivaciones) de: museos con colecciones vivas, territoriales, virtuales y comunitarios olvidando con esto los entrecruzamientos (¿no hay acciones comunitarias en ellos?).⁵ Por últi-

3 Ver *Programa Ibermuseos, Observatorio Iberoamericano de Museos, Registro de Museos Iberoamericanos* (RMI), lanzado en el 2017. El Registro de Museos Argentinos (RMA) para la misma época registra 323 museos de los cuales 12 son comunitarios, ver <https://rma.cultura.gob.ar/#/app/museos/en-cifras>

4 Por ej., incluye a países europeos como Andorra y Portugal y, por supuesto, a España.

5 Ibermuseos define los diferentes tipos de museo del siguiente modo: 1.- Museo virtual: no tienen una naturaleza física o material, se presentan exclusivamente a través de las tecnologías de la información y la comunicación; 2.- Museo Comunitario: su característica principal es estar desarrollado y gestionado participativamente por

mo, muchos museos locales, museos pequeños, museos comunitarios no reconocidos estatalmente, no son registrados en estas estadísticas.

Si bien en Argentina los museos comunitarios no son dominantes, ni cuantitativa ni cualitativamente, desde la transición democrática hasta la actualidad, distintos colectivos (movimientos sociales y barriales, asociaciones de inmigrantes, de pueblos originarios, de obreros y trabajadores, de mujeres, etc.) buscaron como parte de sus estrategias de visibilidad, empoderamiento y fortalecimiento comunitario crear sus propias instituciones.

No sólo “desde abajo”, es decir desde la sociedad y comunidad, sino también “desde arriba”, es decir desde el Estado (gobiernos locales e instituciones estatales como las universidades), se incentivaron y acompañaron experiencias comunitarias. El creciente proceso de descentralización nacional hizo que cada vez más se promovieran, desde los gobiernos municipales⁶, procesos de gestión local y participativa: así de los pioneros (y pocos) museos comunitarios municipales se pasó a la creación de museos locales -estatales y/o comunitarios-, a la articulación en redes y el posicionamiento de propuestas que conviven paralelas a los grandes museos nacionales, científicos y universitarios (creados a principios del siglo pasado) que pasan también a considerarse, incluir y valorar las experiencias comunitarias.⁷

la comunidad territorial en la que están insertos; 3.- Museo de territorio: musealización de un espacio territorial que cuenta con elementos patrimoniales; 4.- Museo con colecciones vivas: protegen, conservan y mantienen la fauna y la flora; 5.- Colección Museográfica: Conjunto de bienes culturales que se conservan y exponen al público con criterio museográfico y horario establecido (aunque no tienen todas las funciones de los museos ni siguen la normativa que los regula). En: http://www.rmiberoamericanos.org/Documentos/PDFs/definiciontipologias_ES.pdf

6 En Argentina, la división nacional consiste en provincias que, a la vez, están divididas en municipios o ciudades.

7 Ver algunas de esas experiencias en: *II Jornada de Prácticas comunitarias en museos y espacios culturales*, Berazategui, 26 de septiembre de 2015, <https://museos.cultura.gob.ar/noticia/ii-jornada-de-practicas-comunitarias-en-museos-y-espacios-culturales/>; Red de museos municipales de los pueblos, museos vivos y comunitarios, Olavarría, abril de 2014, <http://www.iber museos.org/recursos/boas-practicas/quiero-y-deseo-un-museo/>, Ibermuseos.

En Argentina, los procesos históricos del país y la región cristalizaron y aún están presentes en la crítica, deconstrucción y construcción de nuevas modalidades comunitarias: el proceso de conquista y colonización, el periodo independentista (donde se formaron los estados nacionales y se nacionalizaron museos, colecciones y archivos), las políticas de exterminio y las de reconocimiento de los pueblos originarios, las in/migraciones de los distintos periodos hasta las actuales, las identidades (incluidas/ excluidas, retomadas/olvidadas), la hibridación cultural; las dictaduras, los movimientos de derechos humanos, los feminismos, las crisis económicas recurrentes y su impacto en la recuperación de empresas y en la economía social, el fomento de artesanías y los microemprendimientos. Estos fenómenos les dan a los museos comunitarios en Argentina ciertas particularidades que redefinen su concepción respecto a lo comunitario y societario, el modo de organización y de pensar las identidades y la interculturalidad. Estas cuestiones están presentes en los distintos modos en que se entiende lo comunitario y el patrimonio. Podemos ver entonces un “movimiento comunitario”, un modo de acción, planificación, intervención en o desde los espacios (locales, barriales, laborales, identitarios, de re-etnización, de derechos humanos, etc.) que busca el desarrollo y empoderamiento de los propios grupos y comunidades quienes luego, o como parte de esas luchas y reivindicaciones, levantan sus propios museos. En estos casos las instituciones carecen de objetos y colecciones “únicas”, “invaluables”, “históricas”, y mayor patrimonio es la propia comunidad, el espacio y las memorias locales (el entorno, las marcas territoriales de la ciudad, el barrio o la institución donde está situado, los sujetos y grupos con sus historias de vida, laborales, culturales, etc.).⁸

8 Si bien no podemos tomar aquí a todos los museos por una cuestión de extensión, podemos nombrar a algunos. En el primer caso, el de los museos comunitarios: el Museo Comunitario de Ingeniero White, el Museo Taller Ferrowhite, el Museo IMPA del trabajo (una fábrica recuperada por los propios obreros), los Ex Centros Clandestinos de detención (administrados por detenidos-desaparecidos, familiares y militantes de derechos humanos), el Museo Comunitario de la Isla Maciel, etc. En el segundo, entre los museos universitarios: el Museo Etnográfico de la UBA, Abremate - Centro

Por otra parte, también hay un movimiento “desde los museos tradicionales” (los grandes museos nacionales y los universitarios) que buscan romper los parámetros clásicos (esa modernidad -como dice García Canclini 1989- que nunca acaba de llegar y donde las tradiciones nunca terminan de irse). Pero además de la pervivencia de cosmovisiones, de mezclas y sincretismos (entre culturas originarias, colonial/colonizadoras, inmigrantes, de movimientos sociales, etc.), también emerge “lo nuevo” (generacional, intercultural, interdisciplinario). Romper esos parámetros propios de la colonización, supone repensar las colecciones y los espacios, descentrarse de los objetos y patrimonios hacia las acciones comunicacionales y comunitarias, salir del edificio al territorio, del público cautivo o tradicional a la comunidad, a las otras y los otros, reformulando los proyectos, enfocándolos en la (edu)comunicación y la comunicación comunitaria. Una comunicación que no consiste solamente en revisar la cartelería y folletería, las indicaciones de los textos, la comunicación interaccional y pragmática en el espacio del museo sino también la comunicación hacia y con el afuera: promover la acción comunitaria y el desarrollo territorial. En este caso, la comunidad no es público ni destinatario del museo sino *co-creadora, poseedora y promotora* de su patrimonio local y regional. Y por supuesto que esto supone diferencias y conflictos.

También, en varias universidades argentinas, la comunicación y acción comunitaria es parte del plan de estudios de algunas carreras, aunque los museos comunitarios son casi inexistentes como objeto de investigación y de intervención, de articulación y vinculación. Poco a poco van ingresando en la producción de tesis que se abocan al tema, en proyectos de extensión y en materias que los incorporan tanto en grado como en diplomaturas o especializaciones de posgrado.

Interactivo de Ciencia y Tecnología de la UNLA, el Museo Imaginario -interactivo de ciencia y tecnología- de la UNGS, el Museo Central Comunitaria -Programa Transversal museos de la UNDAV, etc. Museo del Barrio Mugica, villa 31 de CABA.

En la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA aparecía en algunas materias, pero sobre todo hacia el final de la carrera: en las orientaciones en Procesos Educativos y en Políticas y Planificación, pero no en la Orientación en Comunicación Comunitaria.⁹ Es en esas orientaciones que, a fines de los 90, comienzan a producirse tesis de licenciatura y proyectos de investigación y extensión sobre y/con museos y museos comunitarios¹⁰ (Amati 2010; Robertazzi et al. 2013). Así, se va configurando desde la formación, investigación y extensión de las Ciencias de la Comunicación en particular y las Ciencias Sociales en general- una serie de incumbencias (académicas y profesionales) donde la comunicación en los museos aparece asociada a ciertos tópicos: 1. Extensión educativa y cultural; 2. Estudios de público (y análisis de visitas guiadas y participativas); 3. Diseño de materiales escritos (y análisis de folletería y catálogos); 4. Planificación y diagnóstico de la comunicación institucional (gestión de la comunicación, comunicación interna y externa); 5. La virtualidad y el uso de las nuevas tecnologías (museos virtuales, páginas web y redes sociales); 6. Prensa y difusión / Relación con los medios masivos; 7. Comunicación comunitaria.

Hay varias experiencias de museos universitarios que implementaron este tipo de acciones¹¹ y de museos comunitarios donde trabajan graduados en comunicación, pero están pocos institucionalizados y hay

9 La carrera tiene 5 orientaciones (aunque el título es el mismo: Licenciatura en Cs. de la Comunicación) y 3 talleres "llave": Taller de Comunicación Comunitaria (CC) (para las orientaciones de: CC, Comunicación y Educación y Políticas y Planificación), Taller de Comunicación Periodística (para la orientación en Periodismo) y Taller de Comunicación Publicitaria (para la orientación en Opinión Pública). Es interesante observar que la CC es un conocimiento transversal a casi todas las orientaciones por lo cual se considera que debe aprenderse más allá que se trabaje o no específicamente en "lo comunitario".

10 Hasta la fecha se realizaron 29 tesis sobre esta temática (desde la 1ra, en 1997, hasta la última, en 2017, tesina nro.4226). Para un análisis de las tesinas (hasta la nro. 22), ver Amati (2010). Para ver el listado total: http://comunicacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2019/12/Listado_Tesinas_Completo.pdf

11 En el 2002 la UBA creó la Red de Museos para incentivar la relación entre sus museos y realizar tareas de extensión y divulgación científica <http://extension.rec.uba.ar/Paginas/Red-de-Museos-UBA.aspx>

poca articulación entre la carrera de comunicación y los museos (sumado a que, a diferencia de otras facultades de la UBA y de otras universidades nacionales, tanto nuestra Carrera de Comunicación como la Facultad de Ciencias Sociales no cuentan con un museo propio).¹²

Futuros de los museos comunitarios

Como vimos en las secciones anteriores, tanto en la historia como en el contexto actual latinoamericano y argentino se observa una ciudadanía participativa que reclama y logra la ampliación de derechos (laborales, identitarios, patrimoniales, culturales, comunicacionales) y gobiernos que van incluyendo esas demandas, democratizando las políticas públicas, entre las que se encuentran las de los museos.

Desde “abajo”, los colectivos comunitarios *indisciplinan, perturban, reclaman* sus objetos y relatos de tal modo que incluyan sus memorias, compartan la autoridad y el poder -de patrimonios que fueron expropiados o invisibilizados-, promuevan el reconocimiento de sus historias y culturas. Así realizan acciones y muestras temporales, intervenciones y performances con acuerdo de los mismos museos y/o por fuera de ellos (en las entradas, los pasillos, las veredas, las redes virtuales). Hay muchos casos, por una cuestión de espacio no podremos incluirlos aquí pero sí referir a: las comunidades indígenas que demandan las restituciones de restos humanos de las colecciones del Museo de La Plata (Ametrano, 2015) y del Museo Etnográfico de la UBA (Berón *et al*, 2019) y los colectivos de artistas y de mujeres que intervienen las puestas de las colecciones o proponen muestras temporarias en los museos con objetos y temas excluidos.¹³ También hay

12 Recién en 2022 se convocó a publicar un dossier sobre la temática en la revista de la Carrera: Avatares de la Comunicación y la Cultura: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/index>

13 Por ejemplo, el colectivo de artistas de “identidad marrón” descendientes de indígenas, campesinos y migrantes <https://www.instagram.com/identidadmarron/?hl=es>; el proyecto de acción artística e intervención social “Movimiento de justicia museal”. <https://www.cultura.gob.ar/movimiento-justicia-museal-un-proyecto-artivista-9668/> o la muestra temporal *Atravesadxs*, realizada en el Museo Evita, que hizo foco en los

organizaciones comunitarias que -de entrada- se proponen como museos comunitarios, producto de una organización asociativa y territorial (como el Museo Comunitario Isla Maciel; el Museo Comunitario del Barrio Mugica (Villa 31);¹⁴ el Museo del Hambre, espacio “contracultural” de encuentro por la soberanía alimentario; el Museo de la Mujer¹⁵ o el Archivo de la memoria trans,¹⁶ entre otros) donde se afirman derechos colectivos, se resiste y se visibilizan las historias de sometimiento, las identidades minoritarias o excluidas.

“Desde arriba” (desde el Estado nacional, los estados provinciales y municipales, las universidades) cada vez más incluyen a las comunidades proponiendo revisar de modo participativo la curaduría y los relatos, incluso en algunos casos asumiendo las perspectivas y cuestionamientos de esos grupos (pueblos originarios, grupos feministas, escolares, barriales, etc.); en otros, convirtiendo al museo en una herramienta social para el cambio y la participación social, transformando a los equipos profesionales en “comunidades de prácticas” (Wenger, 2001).

En este proceso que estamos relatando, irrumpió la pandemia de Covid lo que significó un gran impacto tanto en *lo comunitario* -caracterizado

testimonios de familiares víctimas de femicidios, travesticidios y transfemicidios para visibilizar las luchas colectivas (<http://museoevita.org.ar/atradesadx/>) Otro caso, realizado en el Museo de Bellas Artes, fue la muestra temporaria de “mujeres artistas”, una categoría discutida en el canon de arte occidental, que incluyó grabados, ilustraciones, pinturas, esculturas -realizadas por 44 mujeres de fines del XIX y principios del XX-, pertenecientes al acervo de distintos museos (nacionales, provinciales, municipales y colecciones particulares) incluido el de Bellas Artes, a pesar de lo cual era inédita hasta el momento de la muestra (2021), contiene más de 80 obras en su mayoría desconocidas, olvidadas e invisibilizadas <https://canonaccidental.bellasartes.gob.ar>

14 Estos museos se autodenominan como comunitarios, surgieron por iniciativa vecinal y están organizados y gestionados por las vecinas y los vecinos de los barrios donde se localizan: Isla Maciel (partido de Avellaneda) y Mugica (ex Villa 31, de la Ciudad de Buenos Aires). Estos museos buscan fortalecer las culturas, identidades y memorias barriales de quienes habitan estos barrios, pertenecientes a la clase obrera y a las clases populares, migrantes internos e inmigrantes. Por esto, entre las temáticas se encuentran las luchas vecinales por la vivienda, los servicios y mejoras del barrio pero también las distintas culturas, saberes y oficios de esos grupos.

15 Ver en <https://www.museodelamujer.org.ar/>

16 Ver en: <https://archivotrans.ar/>

por el vínculo y la participación social- como en *los museos* -definidos como espacios de comunicación cara a cara e interacción pragmática-. Esto obligó a “inventar experiencias museales en pantallas” (Alderoqui 2021: 5). Se abrieron caminos para repensar las cuestiones y problemas que el museo comunica: el de las identidades, las memorias, la participación colectiva, los derechos, etc.

Esos *caminos* permiten avizorar algunos futuros de los museos comunitarios, no sólo en relación a la virtualidad, a los distintos contextos pandémicos y a los cambios en las relaciones con el/los Estados (entre los cuales se encuentran los estados locales y las universidades, como vimos más arriba) sino también *en relación con los colectivos y las identidades que reclaman su inclusión*: la incorporación de las *perspectivas de las comunidades (de las actoras y actores)* como son las *cuestiones de los géneros* (además de las de clase y raza). Se trata de caminos que ya están abiertos pero que tenemos que *andar, abrir o retomar*, para pensar la relación de esas cuestiones (sus dimensiones e interrogantes) en los museos comunitarios, una posibilidad para avanzar y seguir transformando los diferentes espacios sociales en clave de equidad, igualdad y justicia social.¹⁷

Por esto, queremos cerrar con algunas preguntas y propuestas sobre dicha temática: pensar los géneros, la clase y las identidades raciales/ racializadas desde el punto de vista de la diversidad y la diferencia, ¿qué representatividad y qué participación efectiva tienen esos colectivos (las mujeres, los varones, las infancias, las diversidades y las

17 Seguramente tendremos que hacer una lectura crítica de estos procesos, advirtiendo sobre los riesgos de una inclusión “multicultural”: el poder de lo hegemónico de incorporar los movimientos comunitarios y transformadores para la reproducción del capital y las relaciones de dominación. Como analizó De Lima (2020) respecto a la nueva museología brasileña, hay un uso del pensamiento de Paulo Freire que retoma los conceptos *freiranos* pero trastoca sus sentidos: “eclipsa” su “crítica materialista” (De Lima, 2020:159); de este modo, en lugar de lograr sujetos subalternos “autónomos” y “emancipados”, los convierten en ciudadanos “libres” pero “dóciles y aptos para vivir en armonía con el orden hegemónico” (De Lima, 2020:162). Agradecemos a Ana Cristina Suzina la observación sobre este aspecto.

disidencias, las identidades negras y marrones, las actuales identidades migrantes, la pobreza, etc.) en los museos comunitarios?

Como vimos, en la actualidad, pero también multiplicado por la pandemia de Covid, desde muchos museos (algunos de ellos comunitarios), se promovió la participación colectiva, la construcción de sentidos diversos y la defensa de los derechos en relación a cuestiones y marcaciones identitarias como son las de clase, raza, etnia y nacionalidad, sexo y género. Visibilizando producciones locales, y dando lugar a las necesidades de las comunidades de pertenencia, los museos comunitarios cobran fuerza comunicacional en torno a dar lugar a voces contrahegemónicas (excluidas y olvidadas), pertenecientes a espacios de resistencia que encuentran en los museos comunitarios lugares para visibilizarse. El museo comunitario, anclado territorialmente -en un espacio local, barrial, vecinal, comunitario- pero ahora también mucho más accesible en las redes sociales -que permiten visitarlo, y conocerlo virtualmente-, ofrece espacios a grupos “olvidados” en lugares tradicional e históricamente más masivos e institucionalizados.

Aquí está presente una concepción de comunicación que enfatiza los lazos comunitarios, las mediaciones culturales, las identidades y diferencias. Eso que *faltaba* en los museos tradicionales que consideraban a la comunicación como un medio, un instrumento o herramienta para mejorar la relación entre la institución (emisora) y sus destinatarios, ya sea a través de la prensa como en la comunicación cara a cara del espacio del museo.

En el marco de los museos comunitarios, la comunicación también puede pensarse como herramienta, pero no como un medio al estilo tradicional, instrumental y difusionista del esquema de la comunicación, sino como una *herramienta comunitaria para luchar* por la resignificación del sentido y por la toma de la palabra de las identidades diversas y disidentes que, en otros espacios, no son consideradas “norma” y por lo tanto no son reconocidas.

La historia de las organizaciones comunitarias tienen un amplio recorrido en esta concepción de la comunicación y en esa lucha por el

reconocimiento y la inclusión; también dentro de los museos comunitarios: este tipo de comunicación no puede pensarse solamente en torno a revisar la cartelería, los folletos y la comunicación cara a cara entre los integrantes y los visitantes de los museos, sino que tiene que pensarse sobre todo: 1. donde parece que no hay comunicación; 2. donde se presenta resistencia a lo nuevo; 3. donde hay incomodidad para repensar y cuestionar los sentidos naturalizados.

Como ya se planteó en este capítulo, hay acciones o experiencias de vinculación y acciones comunitarias que, como toda práctica, están atravesadas por *dimensiones comunicativas* que invitan a una reflexión detallada para pensarlas en *clave comunitaria*. A modo de ejercicio teórico-práctico, para cerrar proponemos un punteo que invita a retomar los siguientes aspectos de los museos comunitarios en los que trabajamos, estudiamos, investigamos, visitamos, pertenecemos:

Modos de organizar y de pensar las identidades y la interculturalidad a las cuales presenta y/o representa el museo y formas de incluir a esos grupos (¿dónde y cómo aparecen?, ¿en los objetos e imágenes o en la co-organización?).

Denominación de los grupos que participan del museo (tradicionalmente llamados “amigos del museo”, ahora se utilizan otros nombres como vecinas y vecinos, socias y socios, integrantes, etc.). Denominación de los grupos que visitan el museo (tradicionalmente “destinatarios o públicos”, luego visitantes o visitas).

Efemérides que se seleccionan para celebrar o conmemorar en el museo y la comunidad local en la que se encuentra; criterios de selección de fechas y fechas olvidadas o no conmemoradas a la hora de hacer actividades en o con el museo.

Forma en que se usa o no el lenguaje inclusivo o no sexista, teniendo en cuenta cualquier lenguaje y soporte.¹⁸

18 Sobre la cuestión de los lenguajes y la inclusión de la perspectiva de género en museos, puede consultarse la Guía de DIBAM (2012).

Forma de escritura de los documentos “formales” (actas, reglamentos, etc.) y de los discursos para la difusión. En torno a este punto no se desconoce que hay numerosos museos comunitarios que no son reconocidos oficialmente por el estado, esto no quita que los grupos vayan elaborando sus documentos formales a modo de ir institucionalizando el espacio.

Organización de los espacios y formas de nombrarlos, criterios para su construcción y uso.

Invitamos a las y los lectores de este capítulo, estudiantes, investigadores y trabajadores de la comunicación comunitaria y los museos comunitarios, a seguir construyendo esta lista o punteo, para visibilizar esos aspectos centrales en la comunicación comunitaria, revisar las acciones y experiencias de vinculación que llevamos a cabo hasta el momento y abrir o retomar estos caminos y futuros comunitarios.

Bibliografía

- Alderoqui, S. (2021). Educar en museos. Tiempos de aguas turbulentas, puertos inesperados y nuevas atmósferas. En Melgar, M.F. y Elisondo, R. (comp.). *Indisciplinar los museos*. UniRío Editora. Buenos Aires, Argentina. pp.5-15.
- Amati, M. (2010). Comunicación y museos en las universidades. Instituciones, prácticas e historia. *1er. Congreso Nacional de Museos Universitarios*. UNLP. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/41776/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Amati, M.; Isella, J. y Lois, I. (2014) Comunicación popular, educativa y comunitaria, Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina Disponible en: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2015/07/6-Comunicacion-B.pdf>
- Ametrano, S. J. (2015). Los procesos de restitución en el Museo de La Plata. *Revista Argentina de Antropología Biológica*, 17(2). Disponible en: <https://revistas.unlp.edu.ar/raab/article/view/1511>
- Anderson, B. (2000). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Buenos Aires: FCE.

- Berón, M.; Pegoraro, A. y Correa, L. (2019). Política de tratamiento de colecciones ante solicitudes de restitución de restos humanos y objetos de carácter sagrado del Museo Etnográfico Juan Bautista Ambrosetti, Facultad de Filosofía y Letras-Universidad de Buenos Aires. *Relaciones de la Sociedad Argentina de Antropología XLIV* (2), julio-diciembre 2019, pp. 349-357. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/90167>
- Cuesta, L. (2013). De la adquisición a la educación. La gestión de la diversidad sexual y de género en los museos. En *Revista del Comité Español de ICOM*, ICOM-CE Digital. Nro. 8, pp. 10-14. Disponible en: <https://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E130301.pdf>
- DeCarli, G. (2004). *Un Museo sostenible: museo y comunidad en la preservación activa de su patrimonio*, Oficina de la UNESCO para América Central. San José de Costa Rica, Costa Rica. Disponible en: http://nuevamuseologia.net/wp-content/uploads/2016/01/2004_Un_Museo_Sostenible.pdf
- De Lima, G. (2020). Aspiraciones progresistas, dispositivos conservadores: multiculturalismo, nueva museología y Paulo Freire. *Commons, en Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 9(2), 159-185. En: <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/5878/6891>
- Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos - DIBAM (2012). Guía para la incorporación del enfoque de género en museos. Santiago de Chile, Chile. Disponible en http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/guia_incorporacion_enfoque_genero.pdf
- Davallon, J. (1992). *Le musée est-il vraiment un média*, en *Culture & Musées*, pp. 99-123. Disponible en https://www.persee.fr/doc/pumus_1164-5385_1992_num_2_1_1017
- Dujovne, M. (1995). *Entre musas y musarañas. Una visita al museo*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, Argentina.
- García, N. (1989). *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo. México DF, México.
- Hernández, F. (1998). *El museo como espacio de comunicación*, Trea. Gijón, España.
- Quijano, A. (2014). *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*, Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO ; Lima : Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Rivière, G. H. (1985). Definición evolutiva del ecomuseo, en *Museum*, No 148, Vol XXXVII, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, París, pp. 182-183.

- Robertazzi, M.; Ferrari, L.; Siedl, A.; Pérez Ferretti, L.; Ricatti, N. (2013) "Un proyecto de memoria social: el museo del trabajo IMPA, *Anuario de Investigaciones*, v. XX, UBA, pp.219-226. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3691/369139949059.pdf>
- Santiago de Chile (1972). *Declaración Mesa Redonda de Santiago de Chile*. Disponible en: http://www.ibermuseum.org/wp-content/uploads/2014/07/copy_of_declaracao-da-mesa-redonda-de-santiago-do-chile-1972.pdf
- Smilchuk, G. (2012). Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia, *Alteridades*, vol. 22, núm. 44, pp. 23-40 Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/747/74728323008.pdf>
- Tönnies, F. (1947) *Comunidad y Sociedad*, Losada. Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <https://archive.org/details/ComunidadYSociedadFerdinandTonnies/mode/2up>
- Torres Carrillo, A. (2013). *El retorno a la comunidad: Problemas, debates y desafíos de vivir juntos*. Editorial El Búho. Bogotá, Colombia.
- Úcar, X. (2009). *La comunidad como elección: teoría y práctica de la acción comunitaria*. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/236233136_La_comunidad_como_eleccion_teor%C3%ADa_y_pr%C3%A1ctica_de_la_acci%C3%B3n_comunitaria
- Varine-Bohan, H. de (1985) El ecomuseo, más allá de la palabra, en *Museum*, núm. 148, Vol XXXVII, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, París, pp. 182-183.
- Verón, E. (1992). Les plus vieux média du monde , en *MSCOPE*, n 3, París, noviembre de 1992.
- Wenger, É. (2001). *Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad*. Paidós. Barcelona, España.

Narrativa paralímpica latinoamericana ¿un proyecto identitario y mediático en construcción?

Narrativa paralímpica latino-americana ¿um projeto de
identidade e mídia em construção?

Latin american paralympic narrative, an identity and
media project in construction?

SANDRA MELÉNDEZ-LABRADOR (COLOMBIA)

OBSERVATORIO LATINOAMERICANO DE DISCAPACIDAD Y
COMUNICACIÓN OBLADIC

Resumen: En este artículo se identifican las características de la narrativa paralímpica propuesta para cubrir los primeros Juegos Paralímpicos en territorio latinoamericano: Rio 2016. A partir del análisis de un conversatorio digital público entre periodistas independientes, directivos y encargados de las comunicaciones de las instituciones paralímpicas de la región, se encontró que en América Latina y el Caribe se valoran las cualidades y los compromisos del periodista que relata hazañas deportivas paralímpicas que van desde un enfoque de derechos humanos, pasando por la alfabetización en parolimpismo, hasta el uso consciente de una terminología que no discrimina. Asimismo, se hallaron aspectos concernientes a las fuentes de información que brindan un panorama de los alcances y limitaciones de las instituciones. Se concluye que esta alianza aportó en la construcción de una cultura paralímpica con diversidad de actores y que trasciende la transmisión de información sobre el tema.

Palabras claves: periodismo alternativo, paralímpicos, narrativa

Resumo: Este artigo identifica as características da narrativa paraolímpica proposta para a cobertura dos primeiros Jogos Paraolímpicos na América Latina: Rio 2016. Com base na análise de uma conversa digital pública na qual participaram jornalistas independentes, diretores e gerentes de comunicação de instituições paraolímpicas da região, verificou-se que, na América Latina e no Caribe, as qualidades e os compromissos do jornalista que relata as façanhas esportivas paraolímpicas são valorizados, desde uma abordagem de direitos humanos, passando pela alfabetização em Paraolímpicos, até o uso consciente de uma terminologia que não discrimina. Aspectos relativos às fontes de informação também foram encontrados para fornecer uma visão geral do escopo e das limitações das instituições. Conclui-se que esta parceria forneceu na construção de uma cultura paraolímpica com uma diversidade de atores e que vai além da transmissão de informações sobre o assunto.

Palavras-chave: jornalismo alternativo, paraolímpicos, narração de histórias

Abstract: This article identifies the characteristics of the Paralympic narrative proposed for the coverage of the first Paralympic Games in Latin America: Rio 2016. Based on the analysis of a public digital conversation in which independent journalists, managers and communications managers of Paralympic institutions in the region participated, it was found that in Latin America and the Caribbean, the qualities and commitments of the journalist who reports Paralympic sporting feats are valued, ranging from a human rights approach, through literacy in Paralympics, to the conscious use of terminology that does not discriminate. Aspects concerning the sources of information were also found that provide an overview of the scope and limitations of the institutions. It is concluded that this alliance contributed in the construction of a Paralympic culture with a diversity of actors and that transcends the transmission of information on the subject.

Keywords: alternative journalism, paralympics, storytelling

En 2003, Luis Antezana agrega la “revolución deportiva” a las revoluciones microelectrónica, feminista, ecológica, política y paradigmática que, para Fernando Mires en *La revolución que nadie soñó*, habrían cambiado el mundo contemporáneo; lo hace afirmando que “el mundo actual no sólo está plagado de actividades deportivas, sino que muy probablemente el deporte sea uno de los mecanismos de socialización más difundidos y, ahora, arraigados. En esa vena, no es arbitrario que se busque entender los procesos y procedimientos de identidad social en el mundo estudiando –investigando– los deportes.” (p. 85).

Sobre esta línea, la Unión Europea considera al deporte como un área clave para acercar a los ciudadanos y ayudar a forjar una identidad (Nicholson, 2015); asimismo, numerosos académicos coinciden en afirmar que los medios de comunicación son de suma importancia para la sensibilización, la formación de actitudes, la circulación de ideas, la expresión personal, la construcción de memoria colectiva, el intercambio cultural y la identidad social. De hecho, historiadores y psicólogos sociales consideran que los medios y su relación con el deporte aportan en la construcción de memoria colectiva desde la identidad nacional. Como asegura Boyle (2012) el deporte importa porque en el siglo XXI proporciona gran cantidad de contenidos a los medios que pueden conducir modelos de negocio y atraer patrocinadores, suscriptores y anunciantes; asimismo, el deporte de élite y profesional tiene implicaciones en el capital nacional y transnacional.

A medida que se desarrollan eventos como los Juegos Olímpico y los Juegos Paralímpicos, aumenta la participación de más países, la introducción de nuevas disciplinas deportivas, el alcance de la transmisión, incluso, de canales de medios alternativos para promocionar el evento y sus atletas (Darcy, Frawley y Adair, 2017). En el caso de Rio 2016, puede que sigan siendo los juegos más concurridos de la historia con la participación de 164 países, 4.237 atletas y más de 6.500 medios acreditados (Santos et. al. 2020), ya que los JJPP de Tokio 2020 que se realizan en el momento que este artículo es postulado, contarán con múltiples restricciones a causa de la pandemia del Covid-19.

Lo que para el mundo paralímpico fue Londres como clímax mediático, para los latinoamericanos Río se convirtió en la oportunidad de resaltar rasgos culturales de la región en el tercer evento deportivo más importante a nivel global, además, en la manera de relatar el deporte paralímpico. En este sentido, de manera extraordinaria se forjó una 'Alianza latinoamericana de periodismo y paralimpismo' (en adelante Alianza), única en su especie¹, de manos de las instituciones paralímpicas internacionales y los medios independientes especializados en el tema en la región. Se trató de varias jornadas presenciales y virtuales con las que se buscó construir una propuesta de narrativa latinoamericana en torno a los primeros Juegos Paralímpicos en territorio latinoamericano.

Se trató de una unión de esfuerzos de los medios alternativos que visibilizan el deporte paralímpico en Latinoamérica, quienes habían coincidido en los Juegos Paralímpicos de Londres 2012 y en los Juegos ParaPanamericanos de Toronto 2015, con el objetivo de consolidar lo que han llamado una *narrativa paralímpica latinoamericana*, que consiste en hablar sobre deporte paralímpico por vez primera en idioma latinoamericano, específicamente en español y portugués, como explicó Hernando Ayala, pionero del periodismo paralímpico en Colombia:

“Toda la historia del paralimpismo ha sido narrada al mundo en inglés, en pensamiento anglo, en idioma anglo, como es natural, la cuna del paralimpismo está en Inglaterra y la narrativa del paralimpismo sigue siendo en discurso y pensamiento inglés. Latinoamérica, que ya es un contexto relevante en el mundo paralímpico con Brasil, México y Colombia hoy día, tiene el derecho y el deber de construir su propia narrativa latinoamericana con pensamiento, idioma, lenguaje y cultura de este continente”.

1 Este tipo de alianzas mediático institucional en torno al deporte paralímpico no tiene precedentes en Latinoamérica y, lamentablemente, no se pudo mantener para la siguiente edición de los JJPP Tokio 2020.

¿Técnicamente cuáles fueron las características de esa narrativa paralímpica latinoamericana? A partir de un enfoque exploratorio se buscó analizar el contenido del primer encuentro virtual de la Alianza denominado ‘Diálogo de periodismo latinoamericano y paralimpismo’ realizado el 19 de julio de 2016, cuyo objetivo fue hacer del periodismo paralímpico un compromiso para difundir el deporte paralímpico con responsabilidad y profesionalismo.

Aquella primera jornada virtual² contó con la participación de un importante número de periodistas especializados en paralimpismo de la región, unos profesionales y otros empíricos (Ver tabla 1).

Aunque en un primer momento los integrantes de la Alianza señalaron las diferencias existentes entre el relato del periodismo sobre paralimpismo en Europa, Asia, África, Oceanía o las Américas: a) el idioma como barrera; b) las diferencias en las formas de interacción; c) el interés por el paralimpismo varía en cada país de acuerdo al o los deportes que son más afines a la identidad nacional; d) cada país puede tener un estilo particular para vivir y contar el deporte y algunos deportes en particular; el resto del debate en torno a la narrativa paralímpica latinoamericana se desarrolló en torno a los puntos de encuentro con esta práctica periodística en el resto del mundo, como se presentará a continuación.

2 De acceso público en https://fb.watch/7mu5UGaR_x/

Tabla 1: Participantes del Diálogo de Periodismo Latinoamericano y Paralimpismo

País	Periodista / funcionario	Medio / Institución
Argentina	Maximiliano Nobili	Paradeportes
	Hernán Goldzycher	Coordinador editorial en el Comité Paralímpico Internacional - IPC
	José Luis Campo (+)	Presidente del Comité Paralímpico de las Américas – CPA
	Manuel Campo	Community manager del CPA
Colombia/Cuba	Eduardo Montenegro	Vicepresidente del CPA y Director Deportivo del Comité Paralímpico Colombiano - CPC
Colombia	Hernando Ayala y Juan Pablo Prieto	Inspire
	Miguel Villamil	Director de Comunicaciones del CPC
	Sandra Meléndez	Discomunica
Costa Rica	María Fernanda Jiménez	Programa de televisión Nexos
Chile	Marcela Garrido	Fuerza Paralímpica
Ecuador	Gabriela Bedoya	Relacionista Pública y Comunicaciones del Comité Paralímpico Ecuatoriano
México	Efrén Galván	Deporte Adaptado
Perú	Manuel Castro	Plan Sinergia
Venezuela	Carlos Rizki	Adaptado Sport

Fuente: elaboración propia.

Cualidades del periodista

El periodista que reporta información relacionada con paralimpismo debe estar informado y especializarse en deporte paralímpico y en la cultura paralímpica. Este componente investigativo le permitirá documentarse lo suficiente para comprender la diversidad humana, hacer comprensible el tema a las audiencias y atraer al público hacia este deporte alternativo. Se trata de garantizar lo que denominaron ‘periodismo de calidad’ y ‘Periodismo de excelencia para atletas de excelencia’ que, entre otros, conlleva a comprender la diferencia entre un(a) atleta de alto rendimiento (con un tipo de discapacidad) y una persona

con discapacidad que hace deporte con propósitos de rehabilitación o recreación y no de competencia. Al respecto, María Fernanda Jiménez (Nexos) afirmó que “si queremos hacer una cobertura de calidad debemos respetar el trabajo de quienes venimos haciendo la cobertura (...) un periodista completo tiene que ser un periodista que sepa de deporte paralímpico pero que tenga un enfoque de derechos humanos”.

Sobre el planteamiento ‘Ni deportistas invisibles ni periodistas invisibles’ los expertos enfatizaron en la necesidad de garantizar que los periodistas tengan, además de la preparación, el interés en el deporte paralímpico más allá de los JJPP, es decir, que estén presentes durante todo el ciclo paralímpico. Ante esta observación se desarrollaron propuestas en torno a una ‘Escuela de periodismo y paralimpismo’, pues como aseguró Carlos Rizki (Adaptado Sport) “La educación y la documentación es lo que principalmente va a ayudar al periodista a visibilizar de una buena manera a estos atletas”. Desde la experticia como periodista deportivo, Miguel Villamil (CPC) reconoce que la capacitación hace parte de la motivación, ya que “difícilmente un periodista con cierto renombre se va a arriesgar a hacer una transmisión de lo que no conoce, dejando mal tanto su nombre como el del medio de comunicación para el que trabaja”. En esta sintonía, Maximiliano Nobili (Paradeportes) llamó la atención sobre la ausencia de materias sobre deporte adaptado en las escuelas de periodismo deportivo en Argentina, por lo tanto “son una generación de periodistas que desconocen el paralimpismo y la diferencia entre deporte adaptado, deporte inclusivo y deporte paralímpico. Es un vacío pero también una oportunidad”.

Los invitados al debate hablaron de continuidad informativa y seguimiento a procesos, refiriéndose a la diferencia que hay entre los periodistas deportivos, la mayoría sin preparación, que con todas las posibilidades y facilidades aparecen solo en los grandes eventos, posiblemente para participar en la medalla, y los periodistas que están presentes de manera constante en el ciclo paralímpico, que son profesionales con dedicación diaria y que desarrollan su trabajo en las

condiciones más diversas y difíciles. En este sentido y desde su amplia experiencia en la ciencia del deporte paralímpico Eduardo Montenegro (directivo del CPA) aseveró “Si los atletas van a los Juegos Paralímpicos entrenados durante 8 años, cómo un periodista no va a llegar con 8 meses de preparación”.

En lo referente a la imparcialidad, resaltaron un periodismo veraz para contar realidades del deporte paralímpico en sus distintas dimensiones y situaciones, sin caer en la propaganda en beneficio de una imagen o producto en particular, pero manteniendo también el compromiso como comunicadores de mitigar las barreras que encuentran lo(a)s deportistas en términos de apoyo para sus competiciones a partir de la denuncia apelando al derecho al deporte. Asimismo, resaltaron la importancia de investigar y conocer aspectos como los orígenes del deporte paralímpico, reglamentos y hasta atletas y figuras del deporte paralímpico (locales, nacionales, regionales y del mundo), para cumplir con el compromiso de ayudar a comprender la práctica del deporte paralímpico.

Periodismo inclusivo

Los participantes hablan del periodismo inclusivo como un enfoque de esta práctica comunicativa en relación con la diversidad humana, pero también, como un conjunto de acciones representadas en el uso de un lenguaje inclusivo y en el marco de tratamiento de información relacionada con los deportistas paralímpicos. Para Hernando Ayala (Inspire) “El periodismo inclusivo potencia la dignidad y desempeño del atleta mediante el reconocimiento claro y preciso del compromiso, sacrificio y logro personal. Los atletas que no alcanzan el podio, también merecen ser narrados”.

Hicieron énfasis en no construir espacios informativos ‘desde lo lacrimógeno’, ni diseñar titulares de superación que incluyan la frase ‘a pesar de’. En este sentido, llaman la atención para no tener en cuenta la discapacidad, aun si se busca hablar de la manera como el/la atleta

llegó al deporte paralímpico, en resumen, la discapacidad debe omitirse en lo posible siendo utilizada únicamente como dato de contexto en caso de ser necesario. En cambio, el objetivo debe ser enfocar la información en los logros y el desempeño deportivo, reconociendo el talento y el aporte al deporte que hace cada atleta. Específicamente, señalan un equilibrio entre la valoración del esfuerzo del(a) atleta sin dejar de informar el resultado pero sin supeditar el relato exclusivamente a este. Con respecto al enfoque médico, consideraron que el foco no puede darse en la discapacidad más allá de lo técnico, es decir, en el abordaje de la categoría desde la cual participa el/la deportista.

Con respecto a lo que llamaron 'lenguaje incluyente', estos deben ser accesibles contando con interpretación en lengua de señas, audiodescripción, subtitulación y lenguaje claro y de fácil comprensión, de manera que se garantice el uso y consumo autónomo. Asimismo, deben responder a la terminología enmarcada en los derechos de las personas con discapacidad. Como afirmó Gabriela Bedoya (CPE) "lo primero son los términos, es importante trabajar en los términos desde el principio, las disciplinas y las categorías funcionales porque es la única manera en que uno como vocero del paralimpismo entienda y pueda transmitir a los demás".

Fuentes

A nivel global, los periodistas latinoamericanos creen que comparten con los periodistas de todo el mundo el reto de superar las barreras de acceso a información. Señalaron que se debe reconocer y potenciar el uso adecuado de la mayor diversidad posible de fuentes de información veraz y oportuna, para lo cual es clave la formación de fuentes en la comunidad deportiva, incluyendo a los deportistas paralímpicos. Sobre esta línea, Eduardo Montenegro compartió la experiencia cubana denominada 'Activismo de prensa' y que consistió en una instrucción básica para que los atletas construyeran una nota de prensa y la enviaran a todos los periodistas y órganos de prensa, rompiendo así las barreras de acceso a la información al convertir a los deportistas en

informadores desde sus municipios.

Los participantes coincidieron en que se debe construir una política de difusión desde las instituciones de manera que los planes lleguen a la prensa y los periodistas se puedan agendar, organizar y preparar, tal como lo hacen los atletas. Asimismo, en que las instituciones de deporte paralímpico deben brindar las condiciones para que el periodista pueda hacer su trabajo, entre ellas contar con un área de comunicaciones establecido. De manera puntual Efrén Galván (Deporte Adaptado) confesó que en México las fuentes de paralimpismo son escasas “por lo general la información la obtengo de las federaciones, asociaciones, inclusive atletas, pero es a cuentagotas, entonces hay que trabajar un poco más en ello”.

Los expertos latinoamericanos también hablaron de ‘Comunidades informadoras’ como una amplificación de la idea cubana de activistas de prensa, con el objetivo de potenciar y ampliar las fuentes de información desde los lugares y roles más diversos dentro del proceso deportivo, incluyendo a los deportistas y familiares, motivándolos y capacitándolo con herramientas elementales de redacción y gestión de la información, destacándolos adicionalmente como los mejores para llevar la información al periodista y a los medios.

Finalmente, Hernán (IPC) explicó que para lograr toda la evolución en el deporte paralímpico que se puede observar hasta ahora, sumado a lo que se esperaba fueran los juegos de Rio 2016 se necesitan ingresos “y una gran fuente de ingresos del deporte paralímpico es la venta de los derechos televisivos (...) esa plata por supuesto va al desarrollo del deporte paralímpico”. Cierra concluyendo que “es muy buena señal que haya tantos medios preparándose a lo largo y ancho el continente”.

Discusión

Es de enorme importancia el reconocimiento que hacen tanto periodistas independientes especializados en paralimpismo como directivos y encargados de las comunicaciones en las instituciones regionales

y locales del movimiento, respecto de la formación del periodista en el tema. Como aseguran Santos et. al “es habitual percibir las noticias que transmite el periodismo deportivo como si el deporte para personas con discapacidad no fuera auténtico” (2016, p. 329). Si bien la lógica del deporte paralímpico es compleja y confusa, antes que atraer audiencias a esta arena deportiva y prescribir el cómo, es necesario (re) pensar el para qué. Bien señala Siebers

El nivel de alfabetización sobre la discapacidad es tan bajo como inexistente, y la ideología de la capacidad está tan presente en todas las acciones, pensamientos, juicios e intenciones que es difícil desarraigarla. La marcada diferencia entre la discapacidad y la capacidad puede captarse superficialmente en la idea de que la discapacidad es esencialmente una “cuestión médica”, mientras que la capacidad tiene que ver con los dones naturales, los talentos, la inteligencia, la creatividad, la destreza física, la imaginación, la dedicación, el afán de esfuerzo, incluida la capacidad y el deseo de esforzarse; en resumen, la esencia del espíritu humano (SIEBERS, 2013, p. 280).

Los periodistas y editores no están exentos de traer consigo arraigados preconceptos que intervienen en sus decisiones y en su quehacer profesional, pues como reconoce Figueiredo

No obstante, no podemos pensar en el periodista como un ser mítico envuelto por el aura de la imparcialidad, es un ser social inserto en una determinada cultura, con sus propios pensamientos e ideales y que escribe para un periódico que tiene unas pautas que seguir. En otras palabras, la sociedad influye en la forma en que los periodistas escriben y, al mismo tiempo, los periodistas influyen en la forma en que las personas componen sus ideas y conceptos. (2019, p. 90).

Incluso, los periodistas pueden sentir que la adquisición de un nuevo y confuso conocimiento sobre paralimpismo puede intervenir con variables de la producción periodística como la inmediatez, tan cercana al valor del nacionalismo/triunfalismo característico de los deportes

en los medios de comunicación. Esto se evidencia, por ejemplo, en la investigación de Cambruzzi (2011) que evidencia la ‘conquista de medallas’ como un encuadre noticioso, y también está el estudio de Salerno (2019) que aborda la preferencia por el encuadre nacional por parte de agencias de noticias y el encuadre local por los periodistas locales, en el caso del cubrimiento de los Parapanamericanos de Lima 2019 en medios de Mato Grosso do Sul. Ante esto el autor concluye “la construcción de noticias analizada nos presentó indicios de que cuando había más elementos que configuraban el criterio de proximidad, especialmente la presencia de atletas regionales en la competición continental, los medios locales dedicaban más tiempo y espacio para que sus periodistas produjeran y difundieran noticias con encuadres centrados en la localidad” (2019, p. 359). Con lo anterior se justifica el reclamo de los miembros de la Alianza sobre lo que llamaron “Ni deportistas invisibles, ni periodistas invisibles”, un aspecto sobre la ‘eventualidad’ ampliamente investigado a nivel global Brittain (2004), Coakley (2008), Ellis (2009), MacDonald (2008).

Si se tiene en cuenta que la mayoría de los periodistas que informan a un público considerable sobre los Juegos Paralímpicos son los mismos que informaron en días previos los Juegos Olímpicos, también se requiere tener en cuenta las diferencias y similitudes entre los reporteros olímpicos y paralímpicos halladas por Golden (2013): a) tenían visiones diferentes sobre quién era su público y el interés y el atractivo de la audiencia en relación con los Juegos Paralímpicos; b) tenían un sentido diferente de los valores de las noticias y de la importancia de los deportes en los que participan personas con discapacidad; c) compartían una clara diferencia sobre su papel como periodista, pues los reporteros paralímpicos querían atraer a su audiencia y a un público masivo, al tiempo que buscaban generar concienciación sobre la discapacidad.

En todo caso, Hilgemberg resalta la “importancia de que los periodistas busquen efectivamente información sobre el atleta y el deporte paralímpico en lugar de reproducir ideas estereotipadas” (2016, p. 15)

ya que los medios de comunicación además de influir principalmente en el refuerzo de las normas y actitudes, también tienen el poder de cambiar los estereotipos y romper paradigmas. No obstante, los estudios sobre la manera como se puede adquirir una formación periodística sobre parolimpismo son casi nulos, salvo el estudio de Meléndez-Labrador (2021) en el que se describe la manera como los medios alternativos especializados en deporte paralímpico pueden servir de plataforma de alfabetización de un modelo progresista de la discapacidad desde el enfoque de pluralismo cultural, no solo para otros periodistas y otros medios, sino también para los protagonistas de la información. Aunque sí son conocidos los esfuerzos de las instituciones por diseñar guías que faciliten este proceso de formación: British Paralympic Association (2012), International Paralympic Committee (2014), y Pappous y Souza (2016).

Al igual que en esta Alianza, el lenguaje y la terminología ocupa un importante lugar en la discusión sobre el tratamiento periodístico de información sobre parolimpismo sino sobre discapacidad en general. Luchar contra los estereotipos, los prejuicios y las prácticas nocivas respecto de las personas con discapacidad como reza el artículo 8 de la Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad, implica intervenir el lenguaje y las palabras con las que se da significado negativo o positivo a la diversidad humana. Así, numerosas investigaciones han encontrado que desde un modelo médico las noticias en prensa y televisión “tienden a ser retratados como “víctimas” (pobrecitos) o personas “valientes” que han “superado” su propio “sufrimiento” por la discapacidad para participar en un evento deportivo, un superhéroe” Hilgemberg, 2014, p. 50. Estos términos peyorativos negativos suelen encontrarse en las denominada por Hilgemberg y Novais (2010) como ‘Relacionadas às características do atleta’, que presentan las características físicas o psicológicas de las y los deportistas.

Este aspecto es explicado detalladamente en la guía de Pappous y Souza (2016) entregada a los medios brasileros en los JJPP de Rio 2016. Los autores aclaran por qué ‘Discapacidad no equivale a sufrimiento’

Es habitual que los periodistas utilicen expresiones como “fulano es víctima de...” o “sufre de...”. (nombre de la discapacidad). Estas frases refuerzan el estereotipo de que la discapacidad es igual a sufrimiento, mientras que los paralímpicos demuestran que las personas con discapacidad pueden llevar una vida feliz y alcanzar altos niveles de rendimiento deportivo. Evitar los términos que presentan a los deportistas con discapacidad como frágiles o en una posición trágica. (p.6).

Sobre lo anterior, los participantes de la Alianza no se refieren a la cobertura estereotipada como un modelo mediático ‘supercrip’, pero reconocen que es uno de los aspectos más importantes y urgentes a transformar. En este sentido, la experta brasilera Hilgemberg (2019) asegura que un ejemplo de cambio positivo en el lenguaje es el aumento del uso de terminología ‘Genérica’, que incluye nombre de/la atleta, deporte en el que compite y nacionalidad. En cuanto al enfoque médico, los especialistas en el tema sugieren utilizarlo únicamente para contextualizar los dos tipos de clasificación deportiva usados en el movimiento paralímpico: a) la médica, que identifica el nivel de discapacidad, y b) la funcional, que verifica la capacidad del deportista para ejecutar movimientos específicos de la modalidad. Aun así, se requiere de una debida preparación de parte de los periodistas para el uso de los términos médicos en este único aspecto, pues se pueden realizar imprecisiones que afecten la percepción sobre el atleta y su propia imagen, como se constató en la investigación realizada por Meléndez-Labrador (2021b). Como afirma Hilgemberg

A pesar del uso de la medicina como uno de los criterios para clasificar a los atletas y de la evidente curiosidad del público por la discapacidad de los competidores, creemos que la mejor preparación de los periodistas para la cobertura de eventos como los Juegos Paralímpicos y una mayor visibilidad del atleta en los medios de comunicación pueden ser soluciones para que la discapacidad deje de tener la importancia que tiene hoy en día como información. (Hilgemberg, 2019, p.14).

Con respecto a las fuentes, estudios como el de Salerno (2019) y Hilgemberg (2017) encontraron que una fuente principal de noticias sobre deporte paralímpico son las agencias de noticias (Salerno, 2019). Asimismo, la investigación de Dos Santos et. al (2020) reveló que las instituciones deportivas ciertamente son la principal fuente de información de los periodistas, además de Google y los principales diarios. En sintonía con las observaciones de los periodistas latinoamericanos, dicho estudio encontró que la actualización permanente de las páginas web y redes sociales de las instituciones deportivas son “una vía potencial para garantizar un mínimo de calidad y diversidad de información sobre el fenómeno deportivo paralímpico” (p.256), lo que se puede considerar parte de una estrategia institucional que permita ir más allá y alcanzar lo que los expertos regionales denominaron ‘Periodismo de excelencia para atletas de excelencia’.

Está el caso del Comité Paralímpico Brasileiro que además desarrolló campañas y eventos, “utilizando las herramientas de comunicación como forma de concienciar de que los atletas paralímpicos son simplemente atletas, sin estereotipos, con respeto y notoriedad” (Vicoli y Caram, 2016, p.73). Asimismo, investigaciones como las de Novais y Figueiredo (2010), Miranda (2011) y Poffo et. al (2017) dan cuenta de la gestión del CPB que desde su creación en 1995 ha invertido en la visibilidad proporcionada por los medios de comunicación y le apostó a un acercamiento financiando viajes de los periodistas de grandes conglomerados mediáticos para cubrir los JJPP de Atenas 2004 y Pekín 2008, y eventos nacionales e internacionales del deporte paralímpico, al tiempo que facilitó talleres de capacitación sobre el tema e hizo una importante inversión en publicidad.

Otra estrategia utilizada por el CPB fue la compra de los derechos de retransmisión televisiva de las competiciones para cederlas gratuitamente a las cadenas de televisión como forma de intentar aparecer en su parrilla de programación. Aunque institucionalmente en la Alianza se resaltó la reinversión en el desarrollo del deporte paralímpico a partir de la venta de los derechos televisivos, Santos et. al encontraron

que “cuando no se poseen los derechos de transmisión, se restringe la amplitud y la complejidad de las informaciones recogidas por los periodistas para la producción de las noticias” (p. 1) y este aspecto puede ser intervenido si los derechos son adquiridos por instituciones deportivas además de empresas de actividad comercial. Aun con todo esto, la falta e investigación sobre este tema en Hispanoamérica nos impide conocer las estrategias de comunicación de las instituciones deportivas de otros países de la región y si van más allá de disponer de canales de información para distribuir datos a los periodistas deportivos sobre lo que acontece en las justas cada cuatro años. Únicamente el estudio de Meléndez-Labrador (2021) permitió conocer la percepción de los deportistas colombianos frente a este tema tras su actuación en Rio 2016: valoraron negativamente “el poco interés institucional por la comunicación estratégica y la priorización de la cobertura institucional de los deportistas mejor proyectados” (p.12).

De otro lado, se hallaron estudios que dan cuenta del papel que cumplen medios y periodistas independientes como fuentes de información de otros medios y periodistas. Figueiredo (2017) encontró que los periodistas independientes son una de las fuentes de información sobre parolimpismo en los medios de comunicación mainstream, además de agencias de noticias y, en mucha mayor medida, periodistas del Comité paralímpico nacional, en la cobertura brasilera de los Juegos Paralímpicos de Londres 2012. Por su parte, Meléndez-Labrador (2021) como periodista independiente e investigadora evidenció que

los medios alternativos coadyuvan a desarrollar un proceso de alfabetización si el contenido que producen muestra al deportista primero como atleta y no como sujeto de una discapacidad, ya que este encuadre sonsaca la representación común y se centra en su rol y no en su condición, lo que genera la posibilidad de un acontecimiento formativo al trastocar los preconceptos y, en general, la matriz sociocultural que organiza su relación con la discapacidad (p.156).

De manera general, contrario a lo que sucede con los periodistas deportivos que cubren los olímpicos, hallado en el estudio de Golden (2013), los medios alternativos especializados en parolimpismo se destacan por el interés en el tema, encuentran que es atractivo para el público y creen que los Juegos Paralímpicos son una competición real, aunque comparten con los primeros los problemas logísticos. El autor encontró que los reporteros paralímpicos realizaron su trabajo tras “una exposición previa a los Juegos Paralímpicos, al deseo de aumentar la concienciación sobre la discapacidad, a la sensación de que los Juegos Paralímpicos tenían interés periodístico o a su exposición a las exitosas campañas de relaciones públicas del Comité Paralímpico Nacional” (p.2), tal y como se encontró en esta alianza periodística analizada. Finalmente, un aspecto investigado ampliamente a nivel global y que no fue tenido en cuenta en el diálogo de la Alianza analizado fue el enfoque de las fotografías, cuyas directrices están detalladas en la guía de Pappous y Souza (2016) como imágenes positivas y de empoderamiento.

Conclusiones

Con lo anterior se evidencia que la agenda deportiva paralímpica está siendo construida por periodistas ciudadanos desde el periodismo digital, con potencial de transformar el periodismo deportivo, como considerara Boyle (2012) “a medida que la cultura deportiva se relaciona con el derecho, los negocios, la política y las relaciones internacionales, las cuestiones de gobernanza, derechos y ciudadanía pasarán a formar parte de lo que es una agenda de comunicación deportiva cada vez más amplia. Esta agenda no siempre se ha reflejado o abordado en el periodismo deportivo convencional” (p.97).

Un claro aporte del periodismo independiente y especializado en la manera de construir narrativas sobre el deporte paralímpico es la orientación a tejer una cultura paralímpica que potencie la labor de colegas, que involucre a otros actores además de medios y periodistas como equipos técnicos y familiares, que empodere a deportistas

a través de procesos de alfabetización mediática (Meléndez-Labrador, 2021), que mantenga abiertos los espacios de interlocución y de trabajo conjunto con las instituciones deportivas de la región. Aunque esta Alianza no se mantuvo para los JJPP de Tokio 2020, la red de medios y periodistas latinoamericanos especializados en deporte paralímpico sigue viva trabajando mancomunadamente en los ciclos paralímpicos. En ese orden, vale la pena revisar los esfuerzos realizados por las instituciones deportivas de cada país para garantizar un mínimo de cobertura y un mínimo de calidad en Tokio 2020, y si el componente comunicativo es meramente instrumental e informativo.

Para finalizar, tras una rigurosa revisión de la literatura se confirmó una casi inexistente generación de nuevo conocimiento sobre el tema en territorio hispanoamericano, de manera que la basta contribución brasilera se configura en el mayor aporte de la región a la discusión en el área que se desarrolla en gran medida desde hace un par de décadas en contextos australiano, europeo y norteamericano (Souzza y Brittain, 2020).

Bibliografía

- Antezana, L. (2003). Fútbol: espectáculo e identidad. En Alabarces, P. (comp.) *Futbológicas. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. Buenos Aires, CLACSO.
- British Paralympic Association (2012). Guide to Reporting on Paralympic Sport. Disponible en: <http://paralympics.org.uk/uploads/documents/imported/ParalympicsGB_Guide_to_Reporting_on_Paralympic_Sport_-_June_2012.pdf>.
- Boyle, R. (2012). Reflections on Communication and Sport: On journalism and digital culture. *Communication & Sport* 1(1/2) 88-99.
- Darcy, S., Frawley, S., & Adair, D. (2017). The Paralympic Games: Managerial and Strategic Directions. In *Managing the Paralympics* (p.1-19). Londres: Palgrave Macmillan.
- Dos Santos, S., Almela, J., De Souza, D. (2020). A participação das instituições esportivas na mediação da cobertura jornalística dos jogos paralímpicos de 2016. *Novos Olhares Sociais*, v. 3, n. 1, p. 235-261.

- Figueiredo, T. H. (2019). A voz dos atletas: mídia e Jogos Paralímpicos no Brasil. *Mediapolis-Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, (8), 85-99.
- Golden, A. (2003). An analysis of the dissimilar coverage of the 2002 Olympics and Paralympics: Frenzied pack journalism versus the empty press room. *Disability Studies Quarterly*, 23(3/4).
- Hilgemberg, T. (2017). O lugar do atleta paralímpico nos jornais impressos_uma análise da cobertura dos Jogos de 2012. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017.
- Hilgemberg, T. (2014). Do coitadinho ao super-herói Representação social dos atletas paralímpicos na mídia brasileira e portuguesa. *Ciberlegenda*. vol. 11 Issue 30, p48-58.
- Hilgemberg, T. (2019). Jogos paralímpicos: história, mídia e estudos críticos da deficiência. *Recorde: Revista de História do Esporte*, 12(1).
- International Paralympic Committee. (2014). Guide to reporting on persons with an impairment. Disponível em: https://www.paralympic.org/sites/default/files/document/141027103527844_2014_10_31+Guide+to+reporting+on+persons+with+an+impairment.pdf.
- Meléndez-Labrador, S. (2021a). Periodismo alternativo, alfabetización y co-construcción del imaginario social de la discapacidad en los juegos de Rio 2016. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (146), 141-159.
- Meléndez-Labrador, S. (2021b). Autoidentidad y discursos mediáticos de la discapacidad en la prensa deportiva digital. *Quaderns de Filologia – Estudis Lingüístics*, vol. 26.
- Nicholson, M., Kerr, A., Sherwood, M. (2015). *Sport and the Media: Managing the Nexus*. Second Edition, Routledge.
- Pappous, A., Souza, D. (2016). Guia para a mídia: Como cobrir os Jogos Paralímpicos Rio 2016. Disponível em: <<https://static.kent.ac.uk/media/news/2016/05/GUIA-paralimpicos.pdf>>.
- Santos, S., Fermino, A. (2016). A identidade esportiva dos atletas com deficiência: um estudo da cobertura fotográfica no instagram do comitê paralímpico brasileiro. *Cad. Ed. Tec. Soc., Inhumas*, vol.9, n.3, p. 319-336.
- Santos, S. M., Souza, D. L. (2016). Esporte paralímpico na ou da mídia? Uma revisão de literatura. In: VIII Congresso Sulbrasileiro de Ciências do Esporte, 2016, Criciúma/SC. Anais. Criciúma/SC: CBCE, p. 1-22. Disponível em:<<http://congressos.cbce.org.br/index.php/8csbce/2016sul/paper/view/8243>>.

- Santos, SM; Almela, JS; Souza, DL. (2020). The influence of broadcasting rights on sports journalism: A study with journalists on the coverage of the Rio/2016 paralympics games. *Movimento*, v. 26. DOI: <https://doi.org/10.22456/1982-8918.90427>
- Siebers, T. (2013). Disability and the theory of complex embodiment—for identity politics in a new register. *The disability studies reader*. 4, 278-297.
- Souza, DL; Brittain, I. (2020). The Rio 2016 Paralympic Games: The Visibility of People With Disabilities in Brazil as a Possible Legacy. *Communication & Sport*. p.1-20 DOI: 10.1177/2167479520942739
- Vicoli, A, Caram, N. (2016). Mídia e esporte_um estudo da imagem do atleta paralímpico brasileiro retratada na mídia. *Revista Multiplicidade*. vol7, n6, ISSN 2179-8753.

III. Mediático y mediatizado

Experiencias y regulaciones estatales de radios escolares del Litoral Argentino

Experiences and state regulations of school radios of
Litoral Argentino

Experiências e regulamentações estaduais de rádios
escolares da Litoral Argentino

DIEGO BOGARIN (ARGENTINA)

INSTITUTO DE ESTUDIOS SOCIALES Y HUMANOS CONICET-UNAM

LUCÍA MARIONI (ARGENTINA)

INSTITUTO DE ESTUDIOS SOCIALES CONICET-UNER - ARGENTINA

Resumen: En este capítulo se exploran las trayectorias de creación y sostenimiento de radios de frecuencia modulada en instituciones educativas de dos provincias argentinas -Misiones y Entre Ríos- en vinculación con regulaciones estatales de las últimas décadas, entendiendo que las prácticas sociales y las políticas públicas mantienen una interdependencia y se afectan mutuamente. Un análisis interpretativo de las experiencias y de las políticas nos permite inteligir tanto la agencia de los actores en pos del sostenimiento de las prácticas como la incidencia de las racionalidades de gobierno en las mismas. En relación a estas últimas, se identifican tensiones y continuidades en distintos períodos regulatorios, así como *brechas* en los que las experiencias logran seguir existiendo. En cuanto a la agencia de los actores, se identifican estrategias de sobrevivencia a través de la resignificación y transformaciones de las experiencias frente a discontinuidades de políticas y ausencias

estatales planificadas, constituyendo aprendizajes de resistencias y re-insistencias.

Palabras clave: radios escolares, regulación normativa, trayectorias

Abstract: This chapter explores trajectories of creation and maintenance of FM radios in educational institutions of two Argentine provinces, Misiones and Entre Ríos, in connection with state regulations of recent decades, understanding that social practices and public policies maintain an interdependence and they affect each other. An interpretive analysis of experiences and policies allows us to understand both the agency of the actors in pursuit of sustaining practices and the incidence of government rationalities in them. In relation to the latter, tensions and continuities are identified in different regulatory periods, as well as gaps in which the experiences manage to continue existing. Regarding the agency of the actors, survival strategies are identified through resignification and transformations of experiences in the face of policy discontinuities and planned state absences, constituting learning of resistance and re-insistence.

Keywords: school radios, normative regulation, trajectories

Resumo: Este capítulo explora as trajetórias de criação e manutenção de rádios FM em instituições educacionais de duas províncias argentinas, Misiones e Entre Ríos, em conexão com as regulamentações estatais das últimas décadas, entendendo que as práticas sociais e as políticas públicas mantêm uma interdependência e se afetam. Uma análise interpretativa de experiências e políticas permite compreender tanto a agência dos atores na busca de práticas sustentáveis quanto a incidência de racionalidades governamentais nelas. Em relação a este último, são identificadas tensões e continuidades em diferentes períodos regulatórios, bem como lacunas em que as experiências conseguem continuar existindo. No que se refere à agência dos atores, identificam-se estratégias de sobrevivência por meio de resignificações e transformações de experiências diante de descontinuidades

políticas e ausências estatais planejadas, constituindo aprendizados de resistência e re-insistência.

Palavras chave: rádios escolares, regulação normativa, trajetórias

Introducción

Las radios escolares en Argentina fueron reconocidas legalmente por el Estado a partir de la sanción de la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) en 2009, requerida y discutida durante décadas por un vasto conjunto de colectivos sociales. Ese reconocimiento normativo encontró a instituciones educativas con al menos dos décadas de experiencia en la producción de contenidos en medios propios y ajenos, valiéndose de diferentes políticas de regulación y financiamiento, siendo modeladas en parte por ellas, aunque también distanciándose. En este capítulo nos proponemos analizar mediante un “muestreo intencional” (Maxwell, 1996) aspectos relevantes de este tipo de experiencias establecidas en dos provincias del litoral argentino, Misiones y Entre Ríos, en su vinculación con las políticas que las atraviesan desde su conformación.

Partimos de entender las políticas públicas como aquellos dispositivos con los que el Estado “tiende a estructurar la vida social, a dar forma al mundo en que vivimos y a nosotros mismos en tanto somos parte del mismo” (Balbi, 2010, p.172); concebimos el Estado como actor clave en la producción de las relaciones sociales y de categorías con las que intentamos comprender y accionar en nuestro contexto (Bourdieu, 1997). Asimismo, que la recepción de las políticas está compuesta por complejos procesos de negociación, rechazo, apropiación, entre otros; que existen diferentes formas de *experimentar* las políticas públicas (Shore, 2010). Al tiempo que, así como las trayectorias de los actores sociales son diversas hacia sí y entre sí, hay también pluralidad

dentro de las agencias estatales -“estatalidades”¹ al decir de Cowan Ros (2016)-. Finalmente, reconocemos junto con Lessig (1998) que la regulación normativa es sólo una de las regulaciones posibles de las prácticas, conviviendo con las regulaciones sociales, de mercado y de arquitectura o tecnología disponible. A partir de esto, nos proponemos abordar cómo diferentes actores sociales (comunidad educativa, trabajadores del Estado, redactores de normativa) *hacen* a esas experiencias de radio en instituciones educativas. Y mostrar cómo sus trayectorias de conformación y sostenimiento son constituidas por y constituyentes de una serie de programas gubernamentales. Focalizar en estas provincias posibilita una mirada situada que -entendemos- abona a comprender los modos concretos en que un conjunto de actores no vinculados al campo profesional de la comunicación despliega prácticas comunicacionales desde posiciones no hegemónicas y permite inteligir parte de las formas que asume la articulación de los campos de la comunicación y la educación en nuestros tiempos.

Según un relevamiento realizado en 2020 por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) y el Ministerio de Educación de la Nación, unas 300 emisoras transmiten contenidos por Frecuencia Modulada (FM) en el territorio argentino. A partir de ese censo y del trabajo de campo que realizamos la autora y el autor de este capítulo, identificamos que alrededor de 34 de ellas se encuentran en Misiones y otras 30 en Entre Ríos, lo que permite observar que ambas provincias resultan significativas para la exploración de la temática, ya que además constituyen áreas de vacancia² que están siendo exploradas mediante sendas investigaciones realizadas por los autores desde el

1 Desde la perspectiva del Estado a la que adscribimos, la noción de *estatalidades* nos permite subrayar el foco puesto “en la heterogeneidad de representaciones, prácticas y procesos estatales (Corrigan y Sayer, 1985; Shore y Wright, 1997, Abélès, 1997; Trouillot, 2000; Sharma y Gupta, 2006 y Daas y Poole, 2008), restituyendo así la ambigüedad y la contradicción al seno de la estatalidad” (Cowan Ros, 2016).

2 Entre los escasos análisis que se han realizado sobre el tema, los focos están puestos en experiencias en grandes ciudades como CABA y su área metropolitana y Córdoba.

año 2017. Los hallazgos que presenta este escrito son producto de la puesta en diálogo de esas investigaciones. Cada una de ellas recurrió al análisis documental de normativas y materiales elaborados por organismos públicos³. Además, se realizaron trabajos de campo en los que se implementaron observación participante en escuelas y entrevistas semiestructuradas a docentes y directivos que gestionan radios en escuelas secundarias de gestión estatal y privada, en algunos casos, hace más de 20 años⁴.

Primeras experiencias de radio en escuelas

Las radios escolares⁵ se inician en Argentina en la primera mitad de la década de 1990, etapa en la que se imbrican dos procesos políticos y sociales, según identificamos en trabajos anteriores (Bogarín, 2020): en el campo educativo, se gestaba por entonces la llamada reforma educativa⁶ del gobierno de Carlos Menem, que condujo a “un contexto de inestabilidad normativa e institucional afectó la toma de decisiones pedagógicas y curriculares [y, por ende] el funcionamiento cotidiano de las aulas” (De Haro *et al.*, 2013, p.13). En este contexto, la descentralización y el desfinanciamiento del área por parte del gobierno nacional llevó a las escuelas a proyectar y gestionar diversas iniciativas institucionales para abastecerse de insumos y recursos, a través de programas especiales compensatorios. Paralelamente, en el campo

3 COMFER, AFSCA, CNC, ENACOM, entre otros.

4 Las personas entrevistadas fueron seleccionadas a partir de un muestreo intencional.

5 “Radios escolares” es una categoría nativa que utilizan los actores para referirse a una serie de prácticas de uso y enseñanza del medio radiofónico en las escuelas, con diferentes modalidades (en algunos casos transmitiendo por circuito interno durante recreos y en otros casos emitiendo por FM, por citar dos ejemplos de muchos posibles). En tanto la Ley de Servicios de Comunicación se refiere a este tipo de experiencias como “radios del sistema educativo” definiendo que en lugar de ser “de las escuelas” son de las autoridades educativas jurisdiccionales (art.149).

6 Materializada especialmente en tres leyes: a) la Ley 24.049 de Transferencia Educativa (1991), la Ley 24.195 Federal de Educación (1993) y la Ley 24.521 de Educación Superior (1995).

de la comunicación, durante esta década se daba una proliferación de medios de comunicación no comerciales, gestionados por diferentes actores sociales como cooperativas y organizaciones sociales, movilizadas por encontrar canales de visibilización frente a la crisis política, social e institucional que se estaba viviendo y ejercer el derecho de gestionar sus propios medios, que hasta entonces les era restringido en la normativa de radiodifusión vigente desde 1980 y sus sucesivas modificaciones; muchas de las cuales se concretaron a partir de la Ley de Reforma del Estado de 1989, sancionada durante la presidencia de Menem.

Las primeras radios escolares comenzaron a transmitir en Misiones entre 1994 y 1998, desde escuelas que, en sus instancias de fundación, contaron principalmente con aportes económicos de docentes, familiares de estudiantes, y personas allegadas, pero además fueron beneficiarias de una serie de programas compensatorios estatales. Entre ellos, se cuentan el Plan Social Educativo (PSE) iniciado en 1993, el Programa Descentralización y Mejoramiento de la Educación Secundaria (PRODYMES) iniciado en 1995 y el Programa de Reformas e Inversiones en el Sector Educación (PRISE) iniciado en 1998, todos presentados por el Ministerio de Educación de la Nación, para promover y financiar proyectos educativos diversos, entre ellos, proyectos de radio.

En el caso de un proyecto presentado por el Colegio Cristo Rey de Apóstoles, Misiones, a una de las convocatorias en 1998, se puede leer que la institución buscó generar una actividad *extraescolar* para mejorar la *calidad de la enseñanza* mediante la *integración de contenidos y áreas*, la *investigación para la producción de contenidos* y la *optimización de la competencia de lectoescritura* de sus estudiantes mediante el uso de medios de comunicación (Colegio Cristo Rey, 1998). El proyecto detalla que la *radio escolar* que pretenden sostener mediante los fondos solicitados en la convocatoria, cuenta con el acompañamiento de personas interesadas en aportar a la experiencia, como “una docente con diploma de locutora”, “expertos en medios de comunicación que

dictaron clases teórico prácticas, entre otros, el Director del Sistema Provincial de TeleEducación de Misiones” y “técnicos y expertos para la compra e instalación de los equipos” (op.cit.: 2). El documento detalla que los recursos para la adquisición de los primeros equipamientos fueron requeridos al PRISE y que los recursos “son solicitados a medida que se desarrolla la experiencia por el equipo que dirige el proyecto” (op.cit.: 3).

Hay coincidencia en que los responsables de proyectar la iniciativa eran mayormente docentes de las áreas de Lengua, quienes se encargaban de redactar la propuesta enalteciendo las posibilidades del medio radiofónico para desarrollar competencias orales y remarcando la finalidad pedagógica. De su parte, las convocatorias en la década de 1990 prometían aportar recursos a experiencias innovadoras y promovían la articulación entre áreas curriculares y comunitarias en dos sentidos: por un lado, la escuela contaba de alguna manera con la participación de su comunidad educativa -padres y madres, estudiantes, docentes- para proveer *insumos informativos* para el trabajo cotidiano y, por otro, con una comunidad externa que en varios casos aportaba *asistencia técnica* mediante colaboradores que no tenían vínculos previos con la institución.

Primeros movimientos estatales para ordenar el escenario

Mientras las experiencias de radio posibilitadas en gran parte por las políticas compensatorias iban proliferando en Argentina durante la segunda mitad de la década de 1990, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) firmó un convenio institucional con el Ministerio de Educación de la Nación, para fundar el Programa de Radios en Escuelas Rurales y de Frontera (PRERF), “primer acto administrativo del estado que mostraba un camino para instalar radios en escuelas” sostiene Luis Lázzaro (2021, p.21), por entonces responsable de Programas Especiales del organismo de radiodifusión que quedó a cargo del área. El PRERF invocó criterios difusos como la “promoción de los servicios

de radiodifusión en zonas de fomento y de frontera”, que figuraban en la por entonces vigente Ley de Radiodifusión sancionada durante el gobierno de facto (1976-1983), para justificar la instalación de radios escolares dentro del esquema legal que priorizaba una perspectiva empresarial. Por esta razón, aquel programa trazó un plan inicial de radicar diez emisoras en las fronteras del norte y sur de la Argentina (op.cit.: 21) y con esto se ponía en relación a las radios y las escuelas con un modelo que “se diferenciaba del sistema educativo a distancia y también de las experiencias de alfabetización con uso de la radio” (op. cit.: 22) presente en algunas experiencias anteriores en el país y en Latinoamérica⁷.

Con el pasar de la década, lo que se había iniciado como un proyecto de corto alcance (una decena de radios escolares habilitadas por la Resolución 705/00 COMFER) prontamente debió ser ampliado, según lo que se puede observar en la Resolución 1360/01 COMFER del año siguiente, que detalla que “por pedido del Lic. Andres Delich, Ministro de Educación de la Nación” el Comité autorizó a otras 26 escuelas “a la instalación, el funcionamiento y explotación de servicios de radiodifusión por modulación de frecuencia” (Resolución 1360/01 COMFER). Entre ellas, sólo fue autorizada 1 de las 7 escuelas de Misiones que emitían por FM y, de las 6 que quedaron fuera de esos listados, cuatro continúan operando sin autorización casi 25 años después, incluso tras la sanción de la Ley de SCA, en 2009. Y tal vez no sean las únicas.

En la misma ocasión, el PRERF autorizó en Entre Ríos el funcionamiento de cuatro radios en escuelas rurales: las Escuelas Medias N° 15, N° 92, N° 22 y N° 136. Al momento de la Resolución, sólo una contaba con una experiencia de radio activa. Las otras tres -que actualmente están

⁷ En México a fines de la década de 1920 mediante la creación de “Radio Educación” y en Argentina en la segunda mitad de la década de 1930 mediante “La Escuela del Aire”, se reconocen sendas experiencias de transmisión de contenidos curriculares a través de radios creadas desde el Estado. En Argentina, además, en 1923 se fundó la primera Radio Universitaria a instancias de la Universidad Nacional de La Plata.

fuera de funcionamiento⁸- sólo desarrollaban talleres de radio en el marco de las propuestas del área Lengua, y en una de ellas se había acondicionado una sala para estudio y conseguido instalar una antena. En relación al financiamiento, en las dos escuelas equipadas, los equipos habían sido adquiridos por donación de particulares (radios comerciales de la zona).

Las docentes con más antigüedad en la institución recuerdan que, en todos los casos, las radios se conformaron en el centro de los aprendizajes vinculados con la oralidad para “que los chicos aprendan a hablar, que se saquen los miedos” (M.L., entrevista realizada por la autora, 7/10/19). Y aunque la política había estado orientada a fortalecer la comunicación en territorios distantes de los centros urbanos a través de la instalación de emisoras en escuelas rurales y ubicadas en zona de fronteras según detalla la Resolución 705/00 COMFER, solo en una de ellas encontramos un discurso en el mismo sentido, al entrevistar a una docente que afirmó: “Para una escuela en el medio de la nada como la nuestra, que haya una radio era un modo de no quedarnos tan aislados” (M.A., entrevista realizada por la autora, 7/12/19). Sin embargo, no encontramos registros de que esta o alguna otra de las radios hayan sido utilizadas por fuera de las estrategias didácticas curriculares.

En la primera década de 2000, las experiencias en ambas provincias continuaron existiendo aunque en cierto “margen del Estado” (Cowan Ros, 2016). Esto permite asumir que los proyectos cobraron autonomía -reconocidas o no en los primeros movimientos regulatorios del COMFER-. Sí hubo intentos estatales y manifestaciones de interés en avanzar en ciertos acuerdos para disponer de recursos específicos para el sector, como lo muestra el convenio marco firmado en 2004 mediante la Resolución 1087/2004 entre el Comité de Radiodifusión y el Ministerio de Educación a cargo del Lic. Daniel Filmus, pero en el

8 Con excepción de una de ellas que fue reactivada a partir del Programa de Radios CAJ en 2015.

territorio esas intenciones no dejaron mella según los testimonios que recuperamos para nuestras investigaciones y la mayoría fue quedando progresivamente fuera de servicio por inconvenientes en algunos de esos aspectos, ya sea por falta de equipo humano o por roturas técnicas. Aunque quedará el análisis en detalle de esta etapa para futuros trabajos, vale remarcar que asumir la perspectiva de los *márgenes estatales* habilitará reconocer los “espacios de creatividad” en los que se mueven las experiencias sociales, “pues en ellos el (re)hacerse tanto de lo estatal como de lo no estatal se expresa con mayor claridad” (Cowan Ros, 2016, p.12).

Asimismo, pueden reconocerse programas especiales de financiamiento de proyectos escolares (no necesariamente direccionados a la creación de medios y como política focalizada) que posibilitaron a algunas comunidades educativas iniciar o fortalecer sus experiencias de radio. Se trató especialmente de paquetes con financiamiento internacional (BID, UNICEF, Banco Mundial) distribuidos discrecionalmente por el gobierno de la Nación a las provincias y que era materializado en ellas mediante distintos proyectos de acuerdo a las necesidades y políticas provinciales del momento. Uno de ellos fue el Programa de Mejoramiento de la Educación (PROMEDU) promovido por el Banco Interamericano del Desarrollo, que en Entre Ríos financió los llamados Proyectos de desarrollo de Base Local (PBL). Aunque la consigna del proyecto promovía la creación de *proyectos productivos*, dos escuelas de esa provincia accedieron a la compra de equipos, argumentando en sus documentos que la radio era un elemento clave para el desarrollo local.

Movimientos compartidos entre el Estado Nacional y radios escolares

En 2009, el Estado argentino propició un nuevo contexto para las radios escolares. A finales de ese año, se sancionó la Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual que diferenció y clasificó tres tipos de prestadores: los privados “con fines de lucro” que ya tenían

reconocimiento legal, los privados “sin fines de lucro” entre los que se encuentran los medios de organizaciones sociales y los “medios públicos” de gestión estatal y no estatal, entre los que incorporó los medios del sistema educativo. La norma dispuso en su artículo 149 que la autoridad de aplicación podría otorgar, en forma directa por razones fundadas, autorizaciones para la operación de servicios de radiodifusión a establecimientos educativos de gestión estatal, estableciendo como titular de la autorización a la autoridad educativa jurisdiccional, a quién designó la tarea de seleccionar en cada localidad los establecimientos que podrán operar el servicio de comunicación audiovisual.

La nueva ley brindó el marco normativo principal para que el Ministerio de Educación de la Nación ejecute, mediante el preexistente Programa Nacional de Extensión Educativa, el Programa Radios CAJ, que desde 2011 promovió una nueva etapa de gestación y fortalecimiento de experiencias de radio en escuelas secundarias estatales en todo el territorio argentino. De acuerdo con la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC), entre 2011 y 2015 se pusieron en marcha 107 radios en el país, habiéndose instalado 1 de cada 4 en escuelas rurales y de pequeñas ciudades, donde la radio escolar se convirtió en muchos casos en el primer medio de comunicación de la zona (CNC, 2015). La implementación implicaba la provisión de equipos informáticos y de transmisión, su instalación y mantención durante los primeros cinco años, capacitación técnica en el uso y adjudicación de autorizaciones. Por otro lado, en los talleres de los Centros de Actividades Juveniles (CAJ) en los que se emplazaban se promovía la formación en comunicación para estudiantes⁹.

9 Los talleres CAJ eran espacios que funcionaban en escuelas medias bajo el Programa Nacional de Extensión educativa y con propósitos de inclusión socioeducativa, en los que se promovía la participación de jóvenes escolarizados y no escolarizados en actividades culturales y deportivas. Funcionaban por fuera del horario escolar y contaban con un coordinador y varios talleristas, generalmente docentes de la institución educativa.

Este programa llegó a implementarse en 11 escuelas de Entre Ríos y en otras 11 de Misiones. En la provincia entrerriana, el Programa CAJ fue bajado a una de las cuatro escuelas que había accedido al PRERF diez años antes, además a otras dos que se encontraban funcionando sin autorización y a otras ocho que no contaban con espacios, equipo ni proyecto de medio, aunque todas ellas desarrollaban talleres de radio. Fueron escuelas de pequeñas ciudades y el ejido rural. Y si bien eso pareció en Entre Ríos ser una decisión tomada por los funcionarios provinciales del Consejo General de Educación para “colaborar en el fortalecimiento de zonas históricamente aisladas” (S.K., entrevista realizada por la autora, 6/6/18), también es cierto que su instalación en ciudades medias como Paraná y Concordia se topó con dificultades por la sobreocupación del espacio radioeléctrico por medios comerciales. De hecho, una escuela de Paraná presentó proyecto para ser incluida en el programa y, si bien avanzó su expediente en el CGE, luego “dijeron que no había frecuencia disponible”, según comentó el coordinador de los talleres CAJ (F.P., entrevista realizada por la autora, 16/9/17). Esta escuela, luego, consiguió redactar un proyecto en el marco de otro programa -Jóvenes Protagonistas, de la Secretaría Nacional de Niñez Adolescencia y Familia- y compró equipos y acondicionó una sala para operar, aunque no logró proveerse de una antena ni obtuvo autorización para funcionar.

En el caso de algunas de las radios que accedieron al Programa CAJ, docentes y estudiantes se vieron interpelados por esa impronta estatal que proponía *abrir la escuela*, a través de abrir la radio -nacida con el mandato de ser una *herramienta pedagógica*- a la comunidad. Este fue por ejemplo el caso de una escuela secundaria en Hasenkamp, Entre Ríos, gestada al calor del Programa Radios en Escuelas Rurales y de Frontera y que luego accedió al Programa Radios CAJ: “Teníamos la radio para Lengua y Literatura exclusivamente. Habíamos intentado que la usen los otros profes, que se la apropien, pero la verdad es que no había pasado nada. Como que no sabían usarla o para qué usarla. Después tuvimos unos encuentros de radio, por el Programa CAJ,

y ahí trabajamos cosas como qué rol podía asumir el barrio en todo esto. Y las familias. Y ahí salió el proyecto 'Árboles genealógicos' que trabajaron conmigo y el programa de radio nuevo que tenemos, en el que hablan alumnos y distintos referentes de la comunidad", remarcó una profesora de la institución (D.C., entrevista realizada por la autora, 13/3/21).

En otras escuelas, en cambio, la impronta que buscó incorporar el programa no tuvo asidero. Este es el caso de una escuela en Colón, Entre Ríos, en la que los agentes a cargo siquiera guardan registro del programa que facilitó su implementación: "Es que los proyectos se arman para conseguir financiar las iniciativas. Como la Huerta, que se fue armando hasta con venta de empanadas (...). La radio igual, empezó con no sé cuál proyecto, siguió con otro... y así. Todo lo que baje del CGE nos viene bien. Creo que era por los CAJ que entró el último dinero, para arreglar la consola, pero no estoy seguro", indicó un profesor de la institución (J.C., entrevista realizada por la autora, 10/11/21).

En el caso de Misiones, las Radios CAJ llegaron a establecimientos que hasta ese momento carecían de trayectoria en la gestión de medios radiofónicos, mientras que otras 18 radios escolares preexistentes a esa política, y en algunos casos, preexistentes a la LSCA, continuaron y continúan sin autorización de funcionamiento. Uno de los testimonios que mejor grafica esta política de asignación de Radio CAJ a establecimientos sin experiencia en el rubro se dio en la Escuela Normal de Apóstoles, donde según el relato de la docente a cargo de la radio, "los equipos y la autorización llegaron en 2014 sin que haya un pedido previo desde el establecimiento" (R.S., entrevista realizada por el autor, 28/10/19), lo que implicó una serie de reacomodos imprevistos del personal y una redistribución de tareas y compromisos que inicialmente asumieron varios docentes, pero que en la práctica recargó de tareas a una sola persona.

Finalmente, la LSCA también delimitó qué es (y qué no es) una radio escolar para el Estado. Según lo que dispone el artículo 149, una

institución educativa de gestión privada no puede acceder a una autorización para operar una radio escolar, pues están reservadas a medios de escuelas de gestión estatal. Entonces, una escuela que pertenece a la Iglesia Católica, debe solicitar mediante el art. 37 de la Ley una autorización directa a través de la Iglesia; en cambio, si la institución pertenece a una Fundación o a un culto no católico, deberá concursar una licencia de medio sin fines de lucro. En tanto, si es una escuela de gestión estatal la que pretende acceder a una autorización para gestionar un medio, deberá acudir al tutelaje del Ministerio de Educación provincial, organismo que, además de ser el titular registral de la autorización, tiene competencia para definir qué establecimiento gestionará la emisora en cada localidad.

Estas definiciones limitaron en la última década las posibilidades de las experiencias que se desarrollaron por fuera de la política específica de las Radios CAJ. En Misiones, numerosas radios preexistentes a la LSCA (entre ellas algunas que se iniciaron a mediados de la década de 1990) carecieron de ámbitos de referencia para solicitar recursos para los proyectos. En consecuencia, en 2011 una decena de ellas se organizó en la Red de Radios Escolares y Comunitarias de Misiones (Rerecom) para realizar intercambios de capacitación y de materiales radiofónicos, al tiempo que iniciar requerimientos colectivos de carga docente y otros recursos a las autoridades educativas. La Rerecom se constituyó en un espacio de referencia en la provincia nucleando hacia 2020 a más de 25 proyectos de radios escolares de diverso tipo (talleres escolares, experiencias de articulación entre radios comerciales y grupos de estudiantes, radios pasillos, entre otros).

Creatividad para resistir (y reinsistir) ante el corrimiento del Estado

Desde 2016, el cambio de gobierno a nivel nacional -la asunción de Mauricio Macri- implicó un proceso de desarticulación de la Dirección Nacional de Políticas Socioeducativas de la que dependía el Programa Radios CAJ que derivó en la suspensión del mismo. Se inició así un

escenario general caracterizado por el desfinanciamiento y una nueva etapa de descentralización de las políticas socioeducativas (Marioni, 2020; Rodríguez, 2017), similar al proceso abierto a principios de la década de 1990.

Como explicamos en un trabajo anterior (Marioni, 2020), el proceso comenzó con una gran baja de contratos que afectó equipos de trabajo en las oficinas centrales del Ministerio de Educación y en las jurisdicciones provinciales, según explicó la última coordinadora general del Programa, Patricia Rodríguez (P.R., entrevista realizada por la autora, 4/11/18). Si bien no hubo una Resolución que formalice el cierre, el proceso de desarticulación de los equipos centrales fue seguido por otro de descentralización de la política y las líneas de trabajo se toparon con discontinuidades, falta de renovaciones y de recursos. Desde 2017, sólo se realizó un envío anual de fondos, sin actualización en el marco de una escalada inflacionaria y con grandes dilaciones para las provincias que desearan continuar la línea, lo que llevó a acciones de protesta por parte de coordinadores, talleristas y jóvenes participantes de los CAJ. Iniciado 2019, el Gobierno Nacional informó a las provincias la interrupción del financiamiento y algunas jurisdicciones transformaron el programa en provincial: este es el caso, por ejemplo, de las provincias de Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe y Misiones. Otras propusieron nuevos programas (con menor financiamiento) como es el caso de Entre Ríos y otras cerraron los Centros, como el caso de Tucumán.

En este escenario, tanto radios escolares CAJ como las que ya venían operando sin autorización, quedaron desvinculadas de los ámbitos institucionales con los que podían articular acciones, aunque no necesariamente desarticulaban los proyectos. El relevamiento de radios escolares que realizaron en 2020 el Ente Nacional de Comunicaciones y el Ministerio de Educación de la Nación, da cuenta de un escenario diverso y atravesado por la precariedad permanente de los proyectos, pero además expone que medio centenar de experiencias se asumen como radios escolares aunque sus trayectorias no se desarrollen mediante

transmisiones de FM sino vía streaming (online), produciendo contenidos que difunden en radios cercanas o tienen trabajos radiofónicos durante clases, talleres o en los recreos de los horarios de clase.

Un cantidad importante no precisada, pero presente en los relevamientos realizados en las investigaciones de los autores del presente capítulo, constituyen las emisoras escolares que en el transcurso de los últimos años, entre la falta de equipos y otros recursos y durante las etapas de aislamiento y suspensión de actividades presenciales en las escuelas, mutaron sus actividades a modalidades online o con productos elaborados para ser compartidos por redes sociales y de comunicación. De este modo, podemos inferir que el corrimiento planificado del estado nacional mediante la nueva etapa y las imprecisiones locales para sostener las políticas de parte de las jurisdicciones locales, ocasionaron un nuevo movimiento de parte de las radios escolares en su re-insistencia por subsistir y resistir.

Reflexiones finales

Recuperar las características, circunstancias y prácticas en torno al surgimiento y sostenimiento de radios en escuelas en estas dos provincias nos posibilita, en términos generales, inteligir los modos en que actores de la sociedad civil reunidos en instituciones educativas despliegan prácticas comunicacionales a partir de, pese a y al margen de las políticas públicas desde la aparición de las primeras experiencias hasta la actualidad, casi 30 años después. A partir de la periodización que establecimos, fue posible identificar diferentes movimientos regulatorios a lo largo de estas tres décadas por parte del Estado, algunos que exponen criterios similares, como las regulaciones de principios de los 2000 y la LSCA de 2009, y otras que se diferencian, como lo es el programa Radios CAJ en relación a las políticas de la década de 1990. Observamos que durante la década de 1990, las radios estuvieron fuertemente apuntaladas por políticas educativas compensatorias de la reforma educativa y con ello la idea central de *usar* la radio como *herramienta pedagógica*. En la segunda etapa, las normativas que

surgieron desde el organismo de radiodifusión se orientaron a reconocer y formalizar parcialmente el trabajo que ya venían realizando las escuelas desde la década anterior, período que culmina con el reconocimiento normativo formal que otorgó la LSCA en 2009. Los principios de esta norma llevaron al Estado a desarrollar un programa integral -Radios CAJ-, que incorporó los usos de la radio en tanto *mediación socio-comunitaria*, aunque esta perspectiva no haya calado sino parte de las experiencias amparadas en este programa. Asimismo, en la última etapa observada, el corrimiento estatal y las imprecisiones de los agentes locales para sostener o transformar las políticas previas del sector, derivaron en una serie de transformaciones para las radios escolares, muchas de las cuales se refugiaron en plataformas online de empresas y corporaciones del mercado digital para continuar transmitiendo sus contenidos.

Con esto, entendemos que la actuación *proactiva* del Estado asumió principalmente tres roles diferentes en estos últimos 30 años: 1) financiador de iniciativas mediante políticas compensatorias, focalizadas y atomizadas, 2) operador de habilitaciones particulares y dispersas, 3) impulsor de una perspectiva general del derecho a la comunicación y fundador de iniciativas socioeducativas, desconectadas de las experiencias preexistentes. A la luz de esas acciones, podría interpretarse que a mayor alcance tengan las políticas y más universales sean, más *equilibrados* en cuanto a recursos y participación los proyectos que se promuevan. En tanto, las *ausencias planificadas* de los Estados, produjeron distintos modos de resistencias y *re-insistencias* por la subsistencia de los colectivos responsables de las experiencias. Hablamos de resistencias cuando conforman redes que les permiten potenciarse colectivamente, por ejemplo, compartiendo recursos, diales autorizados para funcionar o generando actuaciones conjuntas. Decimos re-insistencias cuando las escuelas acceden a programas que no están dirigidos a la creación de medios pero los adaptan para poder tener financiamiento y comprar equipos con otros recursos, e incluso cuando logran mutar sus experiencias a las plataformas digitales para seguir saliendo

al aire. En todos los casos, las experiencias tienen un uso situado de las políticas, adecuando las convocatorias y negociando los sentidos de las políticas en base a sus proyectos y circunstancias. En este sentido, podemos decir que si bien las estatalidades se pueden volver actores activos clave en la producción de procesos sociales comunicacionales, cuando se retira es la *creactividad (creatividad más actividad)* de los actores la que les permite persistir, resistir y re-insistir.

Referencias bibliográficas

- Balbi, F. (2010). Perspectivas en el análisis etnográfico de la producción social del carácter ilusorio del Estado. En *Revista de Estudios Marítimos y Sociales*, 3(3), 171-179.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). Políticas de medios del kirchnerismo. Análisis de las políticas de comunicación 2003-2015 y agenda pendiente. En G. Mastrini & M. Becerra (Eds.), *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016* (pp. 21-58). Buenos Aires: Biblos.
- Bourdieu, P. (1997). *Capital cultural, espacio social y educación*. México: Siglo XXI
- Bogarín, D. (2020). Exploraciones para comprender experiencias de radios escolares (pp. 161-189) en Morales, E y Gitahy de Figueiredo, G. (comp.) *Tejiendo desde la contrahegemonía. Medios, redes y tic en América Latina*, México DF: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales
- Califano, B. (2019). Urgencias públicas e intereses privados: la regulación de medios en la agenda del gobierno argentino (2015-2019). *Ensamblés*, 6(11), 72-90.
- Cowan Ros, C. (2016). Estatalidades, políticas públicas y movimientos sociales en su configuración interdependiente: una perspectiva analítica. *Working Paper Series, Contested cities*. Online. Disponible en http://contested-cities.net/working-papers/wp-content/uploads/sites/8/2017/05/WPCC_160007_Estado_final.pdf
- Colegio Cristo Rey (1998). *Proyecto de Radio Escolar - Convocatoria "Experiencias innovadoras"* Ministerio de Educación de Misiones. Apóstoles, Misiones, Arg.: Inédito
- CNC - Comisión Nacional de Comunicaciones (2012). *Esta escuela tiene voz*. Material de trabajo para las radios escolares CAJ.

- De Haro, G; et.al. (2013). *Las políticas educativas para el nivel medio en Misiones 1989-1999*. Posadas: Editorial Universitaria de Misiones
- DNPS - Dirección Nacional de Políticas Socioeducativas (2011). *Cuadernillo de capacitación Programa Nacional de Extensión Educativa “Abrir la Escuela” Nivel Secundario: Centros de Actividades Juveniles (CAJ)*
- Lázzaro, H. (2021). *La radio como mediación pedagógica en la educación: radios que hacen escuela*. Buenos Aires: Teseopress
- Lessig, L. (1998). Las leyes del ciberespacio. En *Revista Themis* (44), 171-179
- Marioni, L. (2020). Programa Nacional de Extensión Educativa-Centros de Actividades Juveniles (Argentina, 2008-2016): un análisis interpretativo del programa, sus antecedentes y permanencias. *Praxis educativa*, 24(1), 2020
- Maxwell, J. (1996). *Qualitative Research Design. An Interactive Approach*. Thousand Oaks, California: Sage Publications
- República Argentina (2000). *Resolución 705/00*. Comité Federal de Radiodifusión COMFER, de Reconocimiento del Convenio con el Ministerio de Educación de la Nación y Autorización de radios en el marco del Programa de Radios en Escuelas Rurales y de Frontera.
- República Argentina. (2001). *Resolución 1360/01*. Comité Federal de Radiodifusión COMFER, de ampliación de Autorizaciones de radios en el marco del Programa de Radios en Escuelas Rurales y de Frontera
- República Argentina (2009). *Ley 26599 de Servicios de Comunicación Audiovisual*.
- Rodríguez, L. (2017). “Cambiamos”: la política educativa del macrismo. En *Revista Question* 53(1), 89-108
- Shore, C. (2010). La Antropología y el Estudio de la Política Pública: Reflexiones sobre la Formulación de las políticas. En *Revista Antípoda* 10, 21-49

Entrevistas utilizadas en este capítulo (por orden de mención)

- M.L., docente. Entrevista realizada por la autora, 7/10/19.
- M.A., docente. Entrevista realizada por la autora, 7/12/19.
- S.K., funcionario provincial. Entrevista realizada por la autora, 6/6/18.
- F.P., docente. Entrevista realizada por la autora, 16/9/17.
- D.C., docente. Entrevista realizada por la autora, 13/3/21.
- J.C., docente. Entrevista realizada por la autora, 10/11/21.
- R.S., docente. Entrevista realizada por el autor, 28/10/19.
- P.R., funcionaria provincial. Entrevista realizada por la autora, 4/11/18.

Ilusão e realidade da participação e interação na web rádio

Ilusión y realidad de la participación e interacción
en la web radio

Illusion and reality of participation and interaction
on the radio web

ESMERALDA VILLEGAS URIBE

COLOMBIA

Resumo: Na literatura relacionada com o tema da web rádio, alguns conceitos-chave são os de participação, interação e interatividade. Anuncia-se como conquista a interação entre ciber-ouvintes e produtores primários de conteúdo, e exalta-se a rotação nos papéis de emissor e receptor. Outorga-se ao dispositivo um potencial intercomunicativo que foge de sua natureza. Nenhum meio eletrônico nem hiper meio, têm a possibilidade de transformar o modelo vertical e trasmissionista da comunicação: emissor-mensagem-receptor em um modelo dialógico. O fundamental não é o dispositivo, senão a concepção e abordagem que se faz do processo de comunicação e dos atores que intervem. Ainda que muitas experiências de comunicação hiper mediática possuam dispositivos tecnológicos sofisticados, prevalecem em suas práticas comunicativas modelos verticais, e a ansiada interatividade se reduz aos bons propósitos ou a estratégias para ganhar mercados. Este artigo, explora as possibilidades e limitações reais que se apresentam na reconversão de roles dos atores de cinco casos de programas de rádio com existência em suportes multiplataforma. Seguiram-se pautas Netnográficas já que os sites das emissoras envolvem componentes de cibercultura.

Palabras chave: convergência midiática, cibercultura, mediações comunicacionais

Resumen: En la literatura relacionada con el tema de la web radio, algunos conceptos claves son participación, interacción e interactividad. Se anuncia como logro, la interacción entre los cyber-oyentes y los productores de contenido primario, y la rotación en los roles de emisor y receptor. Se otorga al dispositivo, un potencial intercomunicativo, lejano a su naturaleza. Ningún medio electrónico o hipermedio tiene la posibilidad de transformar el modelo vertical y transmisionista de comunicación: emisor-mensaje-receptor, en un modelo dialógico. Lo fundamental no es el dispositivo, sino la concepción del proceso de comunicación y de los actores que intervienen. Aunque muchas experiencias de comunicación mediática e hipermedia cuentan con sofisticados dispositivos tecnológicos, los modelos verticales prevalecen en sus prácticas comunicativas, y el anhelo de interactividad se reduce a buenos propósitos o estrategias para ganar mercados. Este artículo explora las posibilidades y limitaciones reales que se presentan en la reconversión de los roles de los actores en cinco casos de programas de radio con existencia en medios multiplataforma. Se siguieron las pautas Netnográficas debido a que los sitios web de las emisoras involucran componentes de la cibercultura.

Palabras clave: convergencia mediática, cibercultura, mediaciones comunicacionales

Abstract: In the literature related to the reflection about web radio, participation, interaction and interactivity are some of the key concepts. The interaction between cyber-listeners and primary content producers is announced as a conquest, and the rotation in the roles of sender and receiver is exalted. The device is granted an intercommunication potential that is beyond its nature. Neither electronic nor hyper-media can transform the vertical and diffusionist model of communication - sender-message-receiver - into a dialogical model. What

is fundamental is not the device, but the conception of and approach to the communication process and the actors who intervene in it. Although many hyper-media communication experiences have sophisticated technological devices, vertical models prevail in their communicative practices, and the desired interactivity is reduced to good purposes or strategies to win markets. This article explores actual possibilities and limitations presented in the reconversion of actor's roles in five radio programs available on multiplatform supports. The analysis followed a netnographic approach, as the radio stations' websites present cyberculture features.

Keywords: media convergence, cyberculture, communication mediations

1. Introdução

Em ampla bibliografia sobre o tema do rádio nos cenários da convergência mediática, está a promessa de superação da rigidez da relação entre emissor e receptor, e a rotatividade dos roles entre quem fala e quem escuta. O tom eufórico referido aos ambientes interativos que propiciam os andaimes tecnológicos e o suposto “agir recíproco” de emissores e receptores é, quando menos, suspeito. É difícil discriminar quando a intenção é reconhecer aos outros como sujeitos comunicantes, ou quando se trata de uma estratégia de mercado para ganhar ou manter audiências.

Não é que a participação, a interação e a interatividade seja uma quimera, o próprio Barthes (1982, p.257) percebeu na escuta radiofônica do rádio analógico, que podia-se superar a polaridade de “quem fala *versus* quem escuta”, e rotar seus roles. Dessa potencialidade falam os trabalhos de autores que refletiram amplamente sobre o tema e mostraram caminhos para concretizar no rádio a comunicação dialógica e de dupla via; entre esses, Bertold Brecht (1932) e o Mario Kaplún (1978).

Brecht promulgava a necessidade de que os papéis entre os sujeitos do processo comunicativo pudessem rotar. Referiu-se ao caso da rádio e ao papel ativo do ouvinte além da escuta. Para ele o rádio devia-se transformar de aparelho de distribuição em aparelho de comunicação¹.

Por sua vez, Mario Kaplún destacava o papel da linguagem e dos processos de codificação e decodificação, como um espaço de inter-relação entre os sujeitos envolvidos: “Kaplún entende que é importante facilitar a compreensão do ouvinte, embora acredite também que é necessário estimular o trabalho de decodificação por parte do destinatário, não dando todas as informações previamente interpretadas. Assim concluindo que ‘devemos codificar nossa mensagem de tal modo que ele (ouvinte) tenha que pôr algo de sua parte, que tenha que participar para decodificá-la (associar situações, interpretá-las, vivê-las intelectual e emocionalmente, extrair conclusões, etc)’” [Kaplún, 1994, p.96]. (Magnoni. A, Villegas. E, Gobbi. J, 2014, p.521).

No rádio analógico, evidências históricas mostram as possibilidades concretas de participação: da visita à emissora e do envio de cartas, passou-se ao telefonema. Da chamada gravada - posteriormente irradiada no ar, passou-se à participação telefónica em direto. Atualmente, com as facilidades que oferecem os recursos tecnológicos, participa-se com mensagens escritas e gravadas via WhatsApp, twitter ou Instagram. Nos sites das emissoras, no Facebook do programa, na página do Youtube; postam-se comentários, enviam-se ideias ou interage-se de maneira imediata no chat da *live*. Isto mostra o potencial dinâmico dos roles falante/ouvinte, e uma possível redefinição das fontes produtoras de conteúdo. O que demanda crítica, são os olhares reducionistas, tecnicistas e mercadológicos sobre a participação, a interação e a interatividade no rádio que atua em sinais hertzianas ou no ciberespaço, e que se lhe reste densidade à análise das relações

1 Pode-se deduzir da obra do autor e de sua perspectiva crítica e política, que mesmo usando o termo “aparelho de comunicação”, não se estava referindo a um olhar instrumental do veículo senão a uma relação dialógica da comunicação.

socioculturais emergentes com as tecnologias de comunicação e informação. Na web rádio, identificam-se olhares instrumentais dos suportes tecnológicos, aos que comumente, atribuem-se propriedades intrínsecas de interatividade.

Abrindo o leque do questionamento dos interesses que subjazem nas propostas da convergência mediática, Eugenio Trivinho reflete sobre “a lógica da civilização gestada pelas tecnologias digitais e do virtual” (Trivinho, 2001, p.13). Sua crítica ao fazer teórico despreocupado com a despolitização de uma realidade- onde prioriza-se o viés tecnológico na organização e funcionamento das sociedades, e o questionamento a adesão irrestrita à lógica da cibercultura e à sua maneira de ser e estar no mundo- continuam sendo vigentes².

O questionamento de Trivinho, referindo-se aos mitos sobre o potencial democratizador, libertador e emancipador das tendências tecnológicas contemporâneas, inseridas na cibercultura, servem para refletir sobre certa euforia que impregna muitas propostas de rádio na internet. Nestas se presume das bondades referidas ao acesso, participação e interatividade que estas modalidades de rádio propiciariam *per se* como se fossem qualidades intrínsecas da convergência midiática e de suas plataformas.

2. Conceitos esclarecedores para ir além do foco tecnicista

2.1. Emissor-receptor vs interlocutores

Alex Primo (2008, p. 9), assinala que há modelos lineares que separam polos antagônicos (emissor-receptor), que não ajudam a analisar e compreender a complexidade do fenômeno comunicacional. Em sua

² Este pensamento de Trivinho pode relacionar-se com a preocupação de Armand Mattelard que via com preocupação desde mediado dos anos 90s, a suplantação nas sociedades contemporâneas do discurso político pelo discurso tecnológico.

opinião, a limitada visão transmissionista: emissor-mensagem-meio-receptor, foi atualizada no modelo: web designer-site-Internet-usuário; o que muda é a roupagem, mas trata-se da mesma proposta reducionista. A “novidade”, segundo o autor, é que não só se recebe o que o polo emissor transmite, senão que o usuário pode procurar a informação que quer na internet:

Essa seria a fórmula da chamada `interatividade`. Mesmo se podendo reconhecer o avanço dessa formulação em contraste com o modelo informacional e massivo, é preciso denunciar a deficiência da proposta. Mantém-se ainda a polarização e a supremacia de um extremo, que tem o privilégio de se manifestar, enquanto a outra ponta ainda é reduzida ao consumo, mesmo que agora possa escolher e buscar o que quer consumir (Primo, 2008, p. 11).

Percebem-se algumas mudanças, por exemplo, o receptor começa a ser chamado de usuário, isto não significa câmbios estruturais senão que se refere a “alguém que usa algo” ou que é cliente. Para Primo, trata-se de um reducionismo que de maneira incorreta iguala interlocutores e usuários, “(...) os conceitos trazem uma visão de mundo. Mais do que simples rótulos, eles qualificam o fenômeno em estudo” (2008, p.12). Nessa medida, o autor denuncia que se incorporem termos onde se reduz a interação ao consumo.

2.2. Revisitando os conceitos de interatividade e de interação mediada

No conceito de “interatividade” Arlindo Machado (1997) identifica duas perspectivas: uma de caráter política, representada especialmente nos conceitos de Brecht e de Enzensberger, e uma pensada desde o ponto de vista semiótico, onde interessa o lugar do ouvinte, do leitor, do espectador; os “atos de leitura ou de recepção” como disse Machado, e que envolvem o estudo das possíveis interpretações que os sujeitos podem fazer.

Sobre as potencialidades interativas da tecnologia informática, Machado assinala que “com os mais recentes formatos de armazenamento das informações computacionais, o receptor pode entrar no dispositivo textual a partir de qualquer ponto, seguir para qualquer direção e retomar a qualquer ‘endereço’ já percorrido” (Machado, 1997, p.25). É um caminho similar ao proposto por Lucia Santaella (2004) com o “leitor imersivo”, que é capaz de estabelecer as rotas do seu percurso quando interage com a mídia e especialmente na teia da rede. Porém, Machado alerta sobre o potencial fascinante da hipermídia e de seus mecanismos de participação que oferece ao internauta, pois muitos deles são miragens de interação. Ou como adverte Alex Primo (2008, p.30), costuma-se valorizar a tecnologia mediada por computador, “mais em termos de tecnologia que em termos comunicativos”, caindo-se numa interação tecnicista e “desprezando a complexidade do processo de interação mediada” (ibid., p. 30).

Não é raro encontrar referências à bidirecionalidade como característica fundamental da ‘interatividade’. Inclusive trata-se da reivindicação antiga dos teóricos da comunicação. Entretanto, muitos artigos sobre bidirecionalidade -o fluxo de mensagens em mão dupla- a confundem com interação social; nem sequer este conceito dá conta da complexidade do processo comunicacional, assinala Alex Primo (ibid., p.43).

A ideia de Primo sublinha a necessidade de não confundir o aumento, na simples reciprocidade, propiciada pelo desenvolvimento tecnológico, com processos comunicativos entre humanos, e que são construídos entre eles, onde a perspectiva do intercâmbio dialógico e a construção de sentido e de vínculos, são fundamentais. Não se pode deixar fora a perspectiva da influência recíproca e as interações interindividuais de caráter horizontal, participativo e dialógico.

De acordo com as contribuições conceituais anteriores, a pergunta obrigatória para as experiências de rádio na internet é se as propostas de participação, interação e interatividade são reais iniciativas interativas, ou reações consideradas dentre de alternativas oferecidas pelos

produtores primários da informação, com regras específicas determinadas por eles.

O autor foca as ações entre os sujeitos envolvidos no processo e no seu relacionamento. Daí que privilegie a perspectiva “Sistêmico-relacional”, preocupada com transcender a própria teoria da informação, relacionada com a transmissão de mensagens. Seu foco está “(...) na interação propriamente dita [as ações entre os envolvidos no processo] e o relacionamento que se constrói durante o processo” (Primo, *ibid.* 39 - 40).

2.3. Interação e interatividade mediadas em meios e na web rádio

Os meios, fruto da convergência midiática, apresentam diversidade de situações. Por exemplo no caso das conversações via *Skype*, mesmo que não se partilhe um espaço físico, pode se considerar que há um contexto de co-presença que pode ser estendida a vários indivíduos, como é o caso de conferência coletiva nos grupos constituídos para tal fim. Mesmo assim trata-se de uma interação mediada tecnologicamente, mas que permite a comunicação “*face to face*”, e uma resposta imediata. No caso do rádio com a incorporação da tecnologia digital, o da web rádio, o fluxo informativo e comunicativo tem outros percursos. O ouvinte ou internauta não só pode interferir no conteúdo dos programas da emissora através do correio eletrônico, do Facebook, gravando ou escrevendo mensagens de texto para enviar via WhatsApp, senão que pode apropriar-se do objeto para selecionar e programar conteúdos, armar suas playlists entre outros aspectos. Estas opções são parte do que se conhece como rádio *ondemand*, que representa, pelo menos em teoria, mais opções de entretenimento e informação. Porém, *ondemand* não significa automaticamente rádio interativa; a opção de escolha não representa *per se* interação.

No caso das experiências de web rádio, a maior parte da programação do conteúdo está predeterminado pela equipe de produção que define o fluxo das informações que serão disponibilizadas. Tal vez seja nos

programas musicais, estruturados a partir das solicitações de música onde minimize-se a determinação de conteúdos por parte dos emissores que estruturam sua transmissão com os pedidos de música.

Extrapoladas as ideias de Primo (2008), ao rádio digital e ao sistema de web rádio, identifica-se nelas o grande potencial tecnológico e sua capacidade de armazenamento de informação, com um *plus*: a possibilidade da web ouvinte de incidir na disposição dos conteúdos do programa e de produzir novos conteúdos. Porém, na realidade, há limites de tempo na produção radial. Nem todos os realizadores de programas na internet, estão dispostos a ceder seu espaço para que outros intervenham, e ao contrário, nem todo mundo está disposto a converter-se em realizador de um programa, ainda, mas sem receber nada em troca.

Com as mudanças assinaladas anteriormente, pode-se pensar que há diferenças fundamentais entre o ouvinte de rádio analógico e o web ouvinte, no concernente ser ou não autor do processo criativo. Mas não se deve pensar que o critério definidor das relações interativas se dá pela intervenção nos processos de produção de produtos. Segundo vários autores, na recepção, aparentemente passiva, também há muito de produção comunicativa e simbólica.

3. A amostra

Os programas selecionadas para a análise, são 5: programa “Morning Show” do Rádio Jovem Pan; programa “Som Retrô” – do Rádio Som Retrô; programa “Comunidade Latina” da Emissora Cidadã 87.5 FM -A Voz de Butantã; programa “The Brazilian Show”, da Emissora CJIQ 88.3 FM e sua retransmissão na emissora em internet “Você no Canadá”; e o programa “Jornal da USP no ar”, do rádio USP FM.

Três destas têm sua base na cidade de São Paulo e veiculam sua programação nos sinais hertzianos e na internet (“Morning Show”, “Comunidade Latina”, “Jornal da USP no ar”). “Som Retrô” difunde seus conteúdos através do aplicativo WhatsApp, das páginas do Facebook e do Youtube e não tem emissão analógica. Sua base está na cidade

de Cabo Frio, R.J. E “The Brazilian Show” é um programa realizado no Canadá, e transmitido por várias plataformas: a emissora local de sinal hertziana, o *site* oficial da emissora, a retransmissão por outra rádio na internet e por um canal de televisão local na região de Waterloo (CA) com reprise na Tocantins TV, no Brasil. É um programa que procura manter vivos os vínculos com o Brasil, e facilitar o processo migratório.

QUADRO 1 - AMOSTRA DE RÁDIOS SELECIONADAS

Segmento	Emissora	Programa	Emissão	Suporte
Jornalismo e entretenimento	A Jovem Pan (São Paulo, SP)	“Morning Show”	segunda a sexta feira, 10h às 11h30	Analógico, página de internet, Aplicativo para celular
Musical	Rádio Som Retrô (Cabo Frio, RJ)	“As mais pedidas da Som Retrô”	terça e sexta feira, 19h às 21h.	Página de internet, Facebook, Aplicativo para celular
Comunitária	Cidadã Rádio (São Paulo, S, P)	“Comunidade Latina”	Domingo, 12h às 14h.	Analógico, página de internet, Facebook.
Entretenimento	CJIQ 88.3 FM (Conestoga, Ontário-Canadá). Com repetição na Rádio “Você no Canadá”	“The Brazilian Show”	Sábado, 18h às 21h (horário Toronto). Repetição: segunda das 17h às 18h e quartas 12h às 1 h. (horário Brasil)	Analógico, página de internet, Facebook, canal de televisão (Tocantins TV).
Jornalísticos	Rádio USP FM93,7	“Jornal da USP”	Segunda a sexta feira, 7h30 às 9h30 a.m.	Analógico, página de internet, aplicativo para celular.

Fonte: Elaborado pela autora

4. Recursos de participação e interação das emissoras

4.1. No Programa “Morning Show”

Em termos de recursos tecnológicos para canalizar a participação dos ouvintes-espectadores ou ciber ouvintes, o programa “Morning Show” é quem têm a maior variedade. Agora bem, é uma participação focada nos instrumentos tais como o aplicativo do programa e nas redes sociais. O chamado é realizado durante a emissão ao vivo, e são convites para que os seguidores participem nas redes sociais do programa. Por exemplo:

No Aplicativo: “Fique conectado”, “O mais completo aplicativo”, “Mais de 40 webs rádios”, “Baixem o aplicativo ‘Opina Pan’, o aplicativo que valoriza sua opinião”. [outorga-se o atributo ao aplicativo, e não à interação do sujeito com o aplicativo]. A alusão ao aplicativo da Jovem Pan, disponível para todos os públicos, pode interpretar-se como a fragmentação de audiências, a produção de conteúdo para todos os gostos e uma estratégia de captação de audiências.

No YouTube: Convidam para que os ouvintes entrem no [youtube.com/Morning Show](https://www.youtube.com/MorningShow), Jovem Pan, e diz: “além da transmissão ao vivo, vai aceder a todas as entrevistas”. Anunciam os canais para a participação no programa, e que é necessário inscrever-se no YouTube e assim escrever no chat. “Diga algo”, anuncia o jornalista.³ “Assine nosso canal de YouTube, acesso ao streaming em vivo. Se podem rever entrevistas. Tem conteúdo exclusivo pela internet” (21/04/2017).

No *chat* há temas que são propostos pelos jornalistas do programa e suscitam comentários dos participantes no chat. E há comentários das pessoas que escrevem no chat; podem ser motivados por alguma foto postada na tela do programa ou por algum comentário de um dos jornalistas. Há todo tipo de mensagens, desde políticos até do mundo do espetáculo. Porém os próprios jornalistas do programa são objeto de falas. Um comentário realizado por um espectador-ouvinte, referia-se ao fato de que o jornalista Edgar deveria fazer a barba.

3 No 20/04/2017, realizei o exercício de me inscrever no canal de YouTube do programa para ter acesso e escrever no chat e efetivamente consegui postar um comentário.

Observação: quem escreve, entra no chat para verificar a autenticidade do intercâmbio de mensagens, e outros participantes fazem comentários alusivos ao comentário postado por quem escreve.

No Whatsapp: No decorrer do programa, os jornalistas retomam as respostas que enviam os ouvintes ou internautas, referidas aos temas abordados na emissão. Algumas das mensagens são lidas, porém não se escutam as enviadas em áudio. Posta-se na tela do computador do estudo de transmissão o número de WhatsApp para que as pessoas escrevam.

4.2. No programa “Som Retrô”

Os slogans do programa, oferecem pistas sobre o tipo de programa que é e sobre a participação, interação e interatividade que busca ter com seu público:

“Som Retrô, aqui quem faz a programação é você”. “Aqui quem manda o alô é você”. “O som retrô é uma família”. “Aqui quem ajuda a fazer o programa é você”. “São vocês os que fazem tudo acontecer”.

A observação sobre as emissões do programa, mostra, que neste caso, o que dizem os slogans, coincide com o que acontece no programa. Este é um programa musical, estruturado em grande parte nos pedidos de música que seu público faz. Repete-se a fórmula da rádio de caráter analógico: por via telefônica os ouvintes solicitam determinados temas musicais através do WhatsApp.

A interação que se estabelece com os ouvintes/espectadores é intensa, mesmo que se trate de uma interação focalizada nas complacências musicais, o tom do programa é comunicativo o tempo todo. O condutor disse: “Quem tem que mandar é você, mande o áudio aqui para a gente, participe”; “tudo mundo interagindo”[refere ao envio, por parte dos ouvintes/espectadores, de áudios de 30 segundos com um “recado do coração”, e reitera o WhatsApp]. Escutam-se os áudios que as pessoas enviaram de várias partes do Brasil, com cumprimentos e abraços para amigos e familiares, cumprimentos de aniversários, de nascimentos, de casamento, de parabéns.

Na página do Facebook, o *chat* é o mecanismo de participação; e de maneira similar que no rádio analógico, as pessoas solicitam que o Henrico, apresentador e realizador do programa, envie mensagens para os parentes, os amigos, as cidades das quais são oriundas as pessoas que se contatam: “Um cumprimento para minha filha XX, esposa XX, sogra XX”. “Estou conectado hoje, que legal, estou amando. Sou Asenede, do Pará”. “Boa noite família Retrô”. “Henrico, manda um alô para Portugal” /. “Boa noite galera”. “Estou sempre conectado”. “Estou fazendo janta e ouvindo”, “lava, lava, escuta, escuta, dança, dança”.

E o apresentador diz novamente de viva voz, em direto: “Para dar boa noite para todos”, “Somos uma família mesmo” e “O mais importante é você participando com a gente”.

As mensagens que as pessoas escrevem no chat, aludem a épocas passadas, aos sentimentos que as músicas tocadas produzem, à vida cotidiana, à amizade, etc. “Boa noite.” “Amo essa música”. “Boa noite Sorocaba. “Tempo bom”. “Que pena que só consegui chegar agora”. “Música linda, nunca mais ouvi”. “

A participação é espontânea e simpática: enviam para o Henrico mensagens assim: “Canta Henrico”, “Você é muito gato”, “estou no banheiro” [alusão que está esperando que toque a música solicitada].

A interação não é só entre o apresentador Henrico e o público, senão também entre as pessoas que escrevem no chat e que se enviam mensagens mutuamente no muro, por exemplo: “está curtindo Mônica?”, ou Elsa Machado escreve: “Andrea, estava sentindo sua falta minha linda”.

O Henrico vai interagindo e comentando algumas das mensagens que vão chegando ou fala um comentário sobre o intérprete do tema, por exemplo: “Agora Minas Gerais, participando no Som Retrô”, ‘assegura ali”, “Adilson Zé, patrimônio nacional”, “Ronaldo Ferreira pediu a música do Cidinho do Rio”.

O programa tem um clima de alegria e vitalidade. Os ouvintes-espectadores que participam no chat, enviam emoticons de amor e alusivos à música que toca, ou às datas especiais.

O programa vai além das complacências de pedidos musicais, é um espaço de comunicação, de intercâmbio e amizade. Destaca-se em Henrico sua capacidade de valorizar a seus ouvintes-espectadores “Durante dois anos tenho aprendido apreciação musical graças aos temas solicitados por vocês. Vocês são minha família”.

4.3. No Programa “Comunidade Latina”

Os realizadores do programa, durante a apresentação do mesmo, convidam aos ouvintes a entrarem em contato através das redes sociais e participarem no programa; reitera os contatos: @comunidadelatina, no Facebook do programa, no e-mail comunidadelatina@gmail.com. “Através do chat, você pode pedir suas músicas, participe”.

Dentre das redes, a mais usada é o Facebook onde as pessoas escrevem no chat comentários alusivos aos conteúdos tratados. A insistência da participação através das redes sociais, evidencia a importância outorgada às redes, em especial aquelas que oferecem contato instantâneo entre os realizadores e o público; porém falta explorar mais o tema das redes sociais, divulgá-las e multiplicar os contatos.

O *messenger* do Facebook do programa é um recurso para a participação no programa, pois os web ouvintes podem intervir oferecendo ideias sobre o tema do dia ou para futuros programas. Também podem ser enviados comentários sobre os conteúdos que estão sendo expostos na transmissão do dia, e os realizadores costumam incluí-los em seus comentários.⁴

O programa consegue estabelecer uma relação comunicativa com seu público e é possível interagir com os realizadores; a abertura e disposição é grande e esta é uma de suas fortalezas. As mensagens que chegam ao *Messenger* do Facebook são lidas pela apresentadora do programa, quem envia cumprimentos para seus seguidores.

4 Quem escreve, no momento da transmissão do programa, solicitou via *Messenger* temas musicais em várias ocasiões; as solicitações sempre foram atendidas. Também enviaram-se comentários sobre os temas que estavam sendo tratados, e os realizadores aceitaram de bom agrado os comentários e incluíram-os transmissão do programa.

No programa do 01/10/2017, disse: “um beijo especial para a seguidora # 1 do programa, Esmeralda Villegas”. “Muito obrigada pela participação de Esmeralda Villegas quem envia através do Messenger uns comentários importantes do tema que estamos falando”. Estava-se falando de Victor Heredia, compositor e intérprete argentino, ativista de direitos humanos e de seu tema emblemático “Sobrevivendo”.

4.4. No Programa “The Brazilian Show”

Este programa compartilha as características do programa “Som Retrô”, em quanto ao clima comunicacional que tem: descontraído e alegre. E pela maneira em que envolve os ouvintes e assistentes na dinâmica do programa.

Também como o faz Henrico, diz: “Voltem e tragam mais gente com vocês”, os apresentadores do programa convidam os assistentes a compartilhar a *live* convidar suas amigadas a inscrever-se. No programa avisa-se quem vai “chegando” ao programa: “Tony acabou de entrar no nosso programa # 25, bem-vindo Tony”.

São lidas as mensagens que as pessoas enviam ao chat do programa no momento em que está ao vivo: alguém escreve no chat e Bruno lê: “Manda um abraço para Rio Grande do Sul” [repete o esquema das rádios analógicas com programas de música, onde as pessoas solicitam suas músicas preferidas].

1.5. No Programa “Jornal da USP”

A apresentadora do programa, durante a transmissão analógica do Rádio USP, repete os sites da emissora para as pessoas que desejem escutar por internet, tanto no *site* do campus de São Paulo - www.radiusp.br, como no *site* do campus de Ribeirão Preto- www.riberao.usp.br. “Radio USP-campus Ribeirão Preto... “a um click. Jornal da USP, agora na palma de sua mão”, e anuncia o número de WhatsApp; “você pode curtir... baixe o aplicativo do jornal da USP”. Também convida os ouvintes a participar através do *USP online*.

O programa, divulga as atividades de pesquisa, ensino e extensão, da Universidade, e estabelece laços com as personalidades acadêmicas e científicas - seja como convidados para entrevistas ou comentários, seja aludindo às atividades que realizam. Porém, o grande ausente do programa é o ouvinte. As referências são mínimas. Só são mencionados nas publicidades institucionais quando se indica como baixar o aplicativo: “Jornal da USP, agora na palma da mão”, “acompanhe, dê uma passadinha nas redes sociais”, “USP online” ou quando são convidados para participar no Twitter. A apresentadora comenta: “gosto muito de publicar no Twitter” e diz: @roxanere “me acompanham no Twitter”.

Em algumas transmissões, a apresentadora menciona os nomes de várias pessoas que acompanham pelo Twitter; poderia pensar-se em algum recurso para que as pessoas pudessem falar diretamente. Há maneiras diferenciadas de relacionar-se com as audiências, e neste caso percebe-se um esquema de rádio tradicional onde os ouvintes são considerados receptores, não interlocutores. A razão pode ser porque trata-se de um noticiário de um centro acadêmico, e pela dificuldade de ser menos rígido, em especial quando trata-se de divulgação científica.

No caso das emissoras que têm habilitado a *Live*, os web ouvintes podem escrever breves comentários sobre o tema apresentado, sobre os apresentadores, os convidados (caso da Jovem Pan). No caso da USP, não há opção no momento em que acontece o programa. Com o tipo de conteúdo que o programa desenvolve, poderia incluir-se o recurso do chat que por seu caráter instantâneo permitiria resposta imediata sobre as matérias desenvolvidas; o que não acontece com o e-mail, mesmo que sempre respondem. De fato, a apresentadora reitera como contatar-se via e-mail: Ouvinte@usp.br, para que as pessoas possam escrever. E anuncia o número telefônico de contato.

O interessante é que o ouvinte é encaminhado aos outros meios da USP: “podem ler no portal da USP”, diz a jornalista.

O programa, em 2018, melhorou em vários aspectos, por exemplo normalizou-se o uso do WhatsApp. De fato, nas emissões dos últimos

meses no primeiro semestre do ano, a apresentadora do programa lê as mensagens recebidas. Poderia ser interessante que deixassem ouvir as mensagens com a voz de quem envia.

5. Análise dos recursos de participação e interação

Como assinala Cícilia Peruzzo (2011, p.948), um dos aspectos relevantes das TICs é a possibilidade de apropriação tecnológica que as pessoas têm. Contrasta com os meios eletrônicos que demandam processos legais burocráticos e elevadas quantidades de dinheiro. É mais fácil ter uma emissora na internet, que obter uma licença de funcionamento para uma FM, ainda os controles regulatórios estatais ou das empresas privadas, não conseguem atingir sua instalação e funcionamento, e a inversão em recursos de produção e transmissão são menores. De outra parte, o alcance geográfico das mensagens transcende as limitações das transmissões de sinais sonoras:

Na escola, o alto-falante só fala nos limites do pátio ou dos corredores. A internet rompe as barreiras legais e do som... Da escola, da comunidade, da universidade para a comunidade e para o mundo. Do local para os âmbitos regional, nacional e o universal. Pelo menos em potencialidade se coloca disponível, se é acessada é outra questão. (Peruzzo, 2011, p.949).

A análise dos aspectos empíricos, nos casos estudados, mostrou diversas aproximações aos conceitos e práticas referidas à participação, interação, interatividade, tanto nos programas como no uso das redes sociais⁵. Identificaram-se neles gradações que vão da participação reativa à participação dialogada.

Seguem algumas observações a respeito:

5 Este aspecto observou-se nas publicações do chat do Facebook dos programas, porém nem todos têm habilitado esse recurso.

No programa “Morning Show”, a maior parte da participação dos ouvintes e internautas, é do tipo reativa, e limita-se ao envio de mensagens ao chat da página do programa.

Nos casos de “Som Retrô”, “Comunidade Latina” e “The Brazilian Show” identifica-se participação reativa, mas, em sua maioria, trata-se de uma participação dialógica, inclusive com as características de interatividade. São espaços de exercício comunicativo, nos quais polos de enunciação e de recepção interagem e tentam construir uma relação horizontal.

O caso do programa “Comunidade Latina” é interessante pela disposição dos realizadores em incorporar no programa as sugestões enviadas pelo chat ou pelo Messenger do Facebook, e inclusive proporcionar que os web ouvintes sejam parte do programa.

O programa “Som Retrô” merece um comentário especial pelo clima comunicativo que gera em sua emissão. O carisma do apresentador e sua vontade de estabelecer vínculos com os seguidores, merecem destaque. Conclui-se que, mais que aparatos sofisticados e sets hiper tecnologizados, o fundamental é a atitude comunicativa. E o Henrico de “Som Retrô” é um comunicador por excelência.

Há uma meta para as experiências de rádio na internet que é a de passar da participação reativa à dialogada, mas mesmo assim não se pode abrir mão das novas configurações dinamizadas, parcialmente, pelo desenvolvimento tecnológico junto com outras variáveis.

Estar na internet é uma das maneiras de inserção no universo do chamado ciberespaço que está ajudando a configurar novas sociabilidades, relacionamentos e valores culturais. Mesmo que grandes contingentes populacionais – os mais empobrecidos – ainda estejam distantes das novas tecnologias de informação e comunicação, é crescente e necessária a demanda por serviços online. (Peruzzo, 2011, p.949).

Conclusões

Na descrição dos casos selecionados, identificaram-se diversidade de formas de interação entre os realizadores dos programas de rádio (transmitidos por ondas hertzianas, página web, Facebook, YouTube, ou por WhatsApp) e seus públicos-ouvintes ou web ouvintes. O leque é amplo e envolve formas básicas de participação e interação tais como o simples cumprimento, respostas singelas às perguntas dos realizadores, ou solicitações de música. Também formas mais complexas como aquelas nas quais os públicos dos programas interagem para contribuir com a construção de conteúdos nos programas.

Os casos selecionados desenvolvem recursos semelhantes para ampliar a participação, mas também há particularidades que dependem da natureza e características de cada experiência e do próprio suporte utilizado para difundir os conteúdos. Incide o conceito que os realizadores dos programas têm sobre o “outro” e sobre o modelo comunicativo que seguem em sua prática comunicativa.

Enquanto em alguns dos casos estudados, a participação é uma estratégia para cativar audiência ou para vender produtos; em outros, identificou-se vontade de diálogo, de intercâmbio e de construção coletiva de conteúdos e sentidos. Nestes últimos, exploram-se possibilidades de interação e interatividade. Em síntese, o caráter bidirecional está articulado ao desenvolvimento de uma estrutura tecnológica funcional para tal fim, mas, primordialmente, relaciona-se com uma perspectiva de sujeito e do sincero desejo de solidificar uma proposta comunicativa e não só informativa.

Olhados estes aspectos nos casos estudados, percebeu-se que em alguns há confusão entre o que é diálogo e o que é resposta, e que há um modelo comunicativo sustentado no questionado “modelo informacional”. O alerta que faz Alex Primo sobre o esvaziamento do adjetivo “interativo” é que a interação não é uma característica do meio em si ou algo dado na sua natureza (2008, p.12). Este chamado ajuda para identificar, tanto em referências bibliográficas como em alguns

dos programas analisados na pesquisa, traços mecanicistas e reducionistas na compreensão do fenômeno comunicativo. De igual maneira, o autor alerta contra posturas que equiparam a relação mercado/consumo com as propostas de participação, interação e interatividade.

Por outra parte, é fundamental considerar aspectos de recepção e consumo de conteúdos no rádio na internet, além do tema da coprodução potencializada pela hipotética mudança do ouvinte-consumidor para uma web ouvinte participante e coautor. É como afirma Cicília Peruzzo (2011, p. 950):

Não basta estar na rede; não se trata apenas de abrir uma página na internet, ter um blog ou uma web rádio. Importa desenvolver processos coletivos de ocupação e uso desse espaço ultrapassando os limites do uso instrumental de tecnologias e configurando-se como comunidades (virtuais e presenciais) geradoras de conhecimento. Em outras palavras, importa a formação de coletivos, redes inteligentes e autodeterminadas (na linha da cibernética – do cyber como capacidade de pilotar as relações no próprio grupo) em que o sentido do “nós” (*nosotros* em espanhol) se realize.

Considera-se também importante, quando se fala de interatividade nos meios e na rede, conhecer o que se entende por “diálogo”, e em que sentido está-se usando. É habitual encontrar-se com uma idealização do diálogo sem reconhecer as reais dificuldades que se apresentam em todo tipo de comunicação: na “*face to face*”, na comunicação massiva e na mediada pela rede.

Com o anterior pode-se compreender que não é uma condição da natureza da web rádio ser interativa como em algumas publicações costuma-se considerar. O contato e encontro entre os sujeitos que interagem, acontece por conta de outras condições que possibilitam ditas trocas comunicacionais, e que não são exclusivamente por ação das facilidades tecnológicas oferecidas. Há fatores como as relações de identificação e a empatia, que os anima o intercâmbio de mensagens e sentidos.

Mesmo com a diversidade de recursos tecnológicos atuais que poderiam contribuir para fortalecer os vínculos entre os sujeitos, a maior parte de situações de participação, interação e interatividade, identificáveis em rádios na internet (comerciais, estatais, educativas, comunitárias, religiosas e outras), se reduz a interações reativas. Como adverte Alex Primo, a qualidade da interação não depende apenas do meio ou canal; não é independente dos sujeitos que intervêm, nem se trata de simples transmissão de informação que reduz e simplifica todo um processo complexo de intercâmbios simbólicos. Para o caso da web rádio, não se trata de mudar a fórmula emissor-canal-receptor por webmaster-web rádio web ouvinte, pois repete-se o modelo mecanicista, transmissionista e de indução a comportamentos, própria do enfoque informacional-transmissor da comunicação.

Bibliografia

- Barthes, R. (1982). *Lo Obvio y lo Obtuso*. Paidós, Barcelona.
- Kaplun, M. (1978). *Producción de Programas de Radio: El guión y la realización*. CIESPAL, Quito.
- Machado, A. (1997). *Pré-cinemas e Pós-cinemas*. Papirus, Campinas
- Magnoni, A.; Villegas, E.; GobbiBetti, J. (2014). *A pedagogia radiofônica de Mario Kaplún: a educação como meta possível e permanente*. Em: Vidal, R.; Marques de Melo, J.; Morais, O. J. de. (Orgs.). *Teorias da Comunicação: correntes de pensamento e metodologia de ensino* (recurso eletrônico). INTERCOM (Coleção GP'S-Grupos de pesquisa, vol. 14). p. 503-531, São Paulo.
- Peruzzo, C. (2011). O rádio educativo e a cibercultura@ nos processos de mobilização comunitária. *Revista Famecos-Midia, Cultura e Tecnologia*. Pontifícia Universidade Católica de Rio Grande do Sul, V. 18, Nº. 3, setembro/dezembro 2 p. 933-958, Porto Alegre.
- Primo, A. (2008). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. 2. ed.: Sulina, 240 p. (Coleção Cibercultura), Porto Alegre.
- Santaella, L. (2004). *Navegar no Ciberespaço: O perfil cognitivo do leitor imersivo*. Paulus, São Paulo.
- Trivinho, E. (2001). *O mal-estar da teoria: a condição crítica na sociedade tecnológica atual*. Quartet, Rio de Janeiro.

Ver cine con otras y otros: la imagen cinematográfica en diálogo. Experiencia comunitaria en Medellín, Colombia

Ver filmes com outras pessoas: a imagem cinematográfica em diálogo. Experiência comunitária em Medellín, Colômbia

Watching cinema with others: the cinematographic image in dialogue.
Community experience in Medellín, Colombia

JUAN DAVID PARRA OROZCO
COLOMBIA

Resumen: Se presenta una experiencia comunitaria de formación popular mediante la cinefilia. Luego del *encierro obligado por la pandemia* se evidencia el deseo y la necesidad de las personas de compartir espacios sociales. En medio de unas reuniones espontáneas con líderes religiosos de los *Barrios Aranjuez y 12 de octubre* ubicados hacia el Nororiente de la ciudad de Medellín, Colombia, se plantea la posibilidad de convocar a un cine club que ofrezca la proyección de una cinematografía colombiana reciente que aborde la temática de memoria y paz. Este artículo da cuenta de una primera *sistematización de la experiencia comunitaria del cine-club Miradas*; ubicados desde la arista de la recepción cinematográfica se intenta un análisis sobre las posibilidades que *ofrece el ver cine con otras y otros* como una manera

de compartilhar em comunidade para propiciar diálogos que fortalecem as cidadanias.

Palabras claves: *cinéfilia, memoria social, cidadanias*

Resumo: Este artigo apresenta uma experiência comunitária de formação popular por meio da cinéfilia. Após o confinamento forçado pela pandemia, são evidentes o desejo e a necessidade das pessoas de compartilhar em espaços sociais. A partir de reuniões informais com líderes religiosos dos bairros de Aranjuez e 12 de Octubre, localizados ao nordeste de Medellín, Colômbia, surge a possibilidade de organizar um cineclub e oferecer a projeção de uma cinematografia colombiana recente, que aborda o tema da memória e da paz. Este artigo apresenta uma primeira sistematização da experiência comunitária do cineclub Miradas. A partir da perspectiva da recepção cinematográfica, busca-se analisar as possibilidades criadas ao assistir cinema com outras pessoas, como forma de compartilhar em comunidade, para promover diálogos que fortaleçam as cidadanias.

Palavras-chave: cinéfilia, memória social, cidadania

Abstract: A community experience of popular education through cinephilia is presented. After the confinement forced by the pandemic, the desire and need of people to share social spaces becomes evident. In the midst of spontaneous meetings with religious leaders of the Aranjuez and 12 de Octubre neighborhoods located in the northeast of the city of Medellin, Colombia, the possibility of convening a film club to offer the screening of recent Colombian films that address the theme of memory and peace is proposed. This article presents a first systematization of the community experience of the Miradas film club; from the point of view of film reception, an analysis of the possibilities offered by watching films with others as a way of sharing in community to promote dialogues that strengthen citizenship is attempted.

Keywords: cinephilia, social memory, citizenship

“¿Qué es el cine? Nada. ¿Qué pretende el cine?
Todo. ¿Qué puede? Algo de lo absoluto, de las tinieblas.
El cine no es ni arte ni es ciencia, es puro misterio.”

Jean Luc- Godard¹ (1930)
filme “Historia del Cine”

Del encierro pandémico hacia un salón comunitario

El presente artículo intenta sistematizar una experiencia de reactivación de un espacio comunitario para ver cine, en particular con una curaduría de películas colombianas recientes² que abordan temáticas sobre la violencia, el conflicto armado, la implementación de la paz, la memoria, la historia social y las luchas comunitarias en Colombia. Si pensamos por un momento en el proceso del desarrollo histórico y cultural de la recepción cinematográfica nos encontramos que el cine es una práctica comunitaria, se va a ver cine en comunidad, la proyección de una película normalmente convoca a varias personas para su visionado, ver cine y disfrutar del cine en sus orígenes fue un asunto de ferias, festivales, encuentros callejeros y comunitarios, que se convocaban para proyectar la novedad de la imagen en movimiento, con historias silentes fragmentarias, postales de la vida urbana o paisajes bucólicos, desde puestas en escena de cortos humorísticos hasta

1 Godard es considerado un creador y analista del cine. crítico y escritor sus filmes son experimentales y hacen parte de la vanguardia y *nouvelle vague* francesa. A sus 90 años continúa en actividad cinematográfica En el año 2018 presentó en Cannes su película “*El libro de las imágenes*”

2 El trabajo de curadurías consiste en cuidar, dar orden, hacer una secuencia de programación, escoger los filmes, conseguir las copias disponibles y de libre exhibición o bien hacer un pago abonado único para su exhibición comunitaria. Hacer una curaduría es seleccionar los filmes en un contexto socio-político de memoria y paz como el que se vive en Colombia, implica también planear alianzas estratégicas entre comunidades e instituciones culturales públicas, como en nuestro caso con la Casa Museo *Pedro Nel Gómez, Barrio Aranjuez*, administrada por la Universidad de Antioquia con una *parroquia Católica del Barrio 12 de Octubre* que facilitó espacios y con La casa museo de la memoria de Medellín que organizó exhibiciones de la cinematografía colombiana en relación con la memoria del conflicto armado.

registros de la vida cotidiana en las calles de las urbes; el cine convoca para impresionar, hacer reír, compartir con otras y otros o bien hacer hablar al público sobre su entorno más cercano y proponer una reflexión a los espectadores ante la proyección de alguna trama, documental o argumental.

Ver cine ha sido, desde su génesis, un acto comunitario y no aislado e individual, ver cine y luego propiciar conversaciones a partir de lo visto en documentales o en la ficción potencia las subjetividades en tanto capacidad de comprensión del sujeto en interacción con sus conciudadanos. Resulta entonces interesante apreciar cómo durante el desarrollo histórico del invento cine, la evolución y exploración con las máquinas, la búsqueda del principio retiniano que nos da la sensación del movimiento de la imagen, la búsqueda en las formas foto-mecánicas de hacer las proyecciones, los procesos de evolución de los soportes de registro y revelado fotoquímico, así como el diseño de prototipos para convocar a las audiencias ante imágenes en gran formato y la adecuación de los espacios sociales, teatros, carpas con el fin último *desmontar el espectáculo de ver cine*; hemos estado abocados a una interacción entre los modos de organización social y los usos tecnológicos.

Con el desarrollo de las cámaras de filmación tipo Bolex de 16M³ de guerra, así como en décadas posteriores la aparición de formatos Súper 8 o de máquinas de video caseras, el asunto del acceso a las tecnologías derivó en la cercanía de las personas con la posibilidad de hacer registros audiovisuales de aquello que les era mucho más cercano, su propio entorno, la vida familiar, el barrio, la comunidad. Ni que decir de todo lo que ahora favorece el registro con los teléfonos celulares que con la incorporación de la cámara ha generado una tendencia masiva para hacer registros audiovisuales. Cuando la tecnología se aligera más personas se sienten convocadas a crear contenidos audiovisuales.

3 Cfr. Lankaster, Kurt 2019 Cine DSLR. Barcelona: Anaya. En este texto se presenta la historia de la evolución de las cámaras utilizadas a lo largo de la historia del cine y se centra en las tendencias digitales contemporáneas.

De hecho, los primeros inventos cinematográficos permitían al tiempo captar imágenes y proyectarlas, de ahí la tendencia a la creación de las “vistas” que eran pequeños registros de la vida cotidiana, de los viajes, los paisajes, las arengas políticas, los panegíricos y obituarios y las procesiones y encuentros religiosos. Los archivos históricos de los primeros registros cinematográficos en Colombia dan cuenta de un interés por capturar la vida cotidiana de pequeñas comunidades.

Desde su génesis el cine propició un registro de la vida social y comunitaria arraigada en tradiciones, creencias y prácticas de encuentro social. Data de 1913 unos primeros registros cinematográficos hechos por los pioneros hermanos Di Doménico quienes filmaron esas fiestas patrias y religiosas, entierros y encuentros políticos. El cine es así espacio de convocatoria para ver nuestras realidades sociales, comunitarias y políticas; sentarnos a ver cine en comunidad es una posibilidad de generar ciudadanía en tanto reflexión, compromiso y acción sobre los acontecimientos más cercanos que afectan nuestra vida en común. La imagen del cine tanto en su proyección como en su creación, genera un ambiente de cercanía. El propósito de la convocatoria al cine club que hemos pretendido formar se perfila desde la recepción cinematográfica sobre la realidad política colombiana; de modo tal que se puedan reconocer los entornos comunitarios, nuestra propia historia, y las múltiples violencias y conflictos armados en el contexto más general de la nación colombiana.

En su momento esta cercanía y liviandad de la tecnología propició un movimiento creativo de personas que a partir de propuestas comunitarias comenzaron a crear unos registros filmográficos que pasaron a denominarse como “cine comunitario, cine de base, cine de liberación” (Getino y Solanas, 1973) distintos nombres para enfatizar que sus procesos de realización, las estrategias de difusión y las prácticas socioculturales de exhibición se demarcaban y diferenciaban de un cine comercial tradicional. Desde esos movimientos, se crean las propias historias nacidas de las comunidades en un ejercicio de contra-información que hace ver lo que los mega medios ignoran, desprecian o descuidan. Se

denomina entonces cine comunitario a una práctica alternativa de producción y circulación de historias propias, pero igualmente de recepción y análisis de las películas de cine comercial o más específicamente de aquellas que permanecen menos tiempo de exhibición en salas o se convierten en películas de un canon alternativo por su carácter social o político.

Bastaría recordar la larga trayectoria que va desde un A. Medvedkin (1904-1989) con su propuesta del cine tren que buscaba recorrer el amplio territorio de Rusia para llevar diferentes producciones cinematográficas hasta los poblados más alejados o bien un escrito fundacional sobre los principios del cine documental J. Grierson (1932) en que plantea la necesidad de tener las cámaras de rodaje en las propias calles de los barrios para que sean las mismas comunidades las que estructuren sus historias, o las propuestas estéticas de Chris Marker reconocido por su obra documental, reflexiva y ensayística sobre la memoria, su propuesta estética de combinar registros de viajes con archivos personales. Tres pensadores de la imagen y creadores de universos audiovisuales que nos permiten comprender el aporte del cine en la conformación de procesos sociales de memoria y en la valoración de la pertinencia de tener espacios comunitarios tanto para hacer contenidos como para ver críticamente lo que se produce en la cinematografía nacional.

En lo que se refiere a la presente sistematización de experiencia comunitaria nos ubicamos desde el vértice de la recepción, lo que se ha intentado hacer con la comunidad es un ejercicio de apreciación cinematográfica de películas colombianas muy poco conocidas para el público comunitario que espontáneamente acepta la invitación a ver cine en comunidad, en dos barrios populares de Medellín (Aranjuez y 12 de Octubre) en donde se ha tenido de manera intermitente, por ahora, esta propuesta de un cine club comunitario “Miradas”. Todo proceso comunitario es secuencial, implica divulgación, pertinencia y cercanía con la comunidad hacia la cual se dirige, nunca hemos pretendido agrupar grandes reuniones de personas, nuestras sesiones han

sido motivadas, sistemáticas y aunque con una baja asistencia se ha planteado la pertinencia de darle continuidad en la medida en que se van desplegando estrategias de difusión y convocatoria. Estas líneas son así ese intento por poner por escrito un trabajo comunitario en ciernes.

La configuración de una propuesta de cine club

Debido al confinamiento de la población mundial ante el Covid -19 la mayoría de las personas aumentaron su consumo de visionado audiovisual, el contacto permanente con diversas pantallas⁴ favoreció la industria tecnológica de los servicios de internet, así como la suscripción a las plataformas que ofrecen contenidos audiovisuales, se evidenció el potencial de los miles de creadores de contenido en Youtube, se crearon múltiples grupos espontáneos por redes sociales para compartir contenidos audiovisuales, quizás, en un primer impulso como forma de distracción y entretenimiento; luego, se derivó hacia una circulación de contenidos audiovisuales que fomentaban una toma de posturas políticas frente a las problemáticas sociales ante las cuales nos expuso la pandemia con el obligatorio encierro de los individuos: pobreza, brecha digital, hambre, desescolarización, desigualdad entre lo urbano/rural.

La pandemia nos conectó más con las pantallas, nos hizo inmiscuirnos en un mundo repleto de imágenes de todo tipo, de creaciones audiovisuales diversas, fue ocasión para que los grandes canales de la televisión comercial revisitaran sus archivos y reprogramaran telenovelas de décadas anteriores con lo cual en las casas las generaciones más jóvenes vieron las tramas que conmovieron en su momento a sus padres o mayores, Netflix invadió el hogar con sus múltiples ofertas mientras

4 Los efectos de la recepción audiovisual en la salud mental de las personas es una temática en auge de investigación, se ha demostrado cómo hay una tendencia a un mayor aislamiento social mientras las personas se inmiscuyen más en el consumo de diversas series y entramados audiovisuales (Mimenza Castillo, & Narbaiza Amillategi, 2020).

se descubrían otros contenidos en Amazon, Vimeo y Hulu, todas plataformas de pago que generan así mismo cierta brecha de acceso cultural a los contenidos audiovisuales.

Lo que más se populariza o de las series audiovisuales de las cuales más se habla en lo cotidiano, no necesariamente son las de mejores tramas, el cine que se propicia para ser visto en escenarios comunitarios tiende hacia otros propósitos; el de conformar ciudadanías, generar debates y encuentros mediante el diálogo social, dar de qué hablar entre vecinos y pares.

Mientras en el confinamiento de la propia habitación la gente interactuaba por su teléfono para acceder a múltiples datos sobre series, telenovelas o películas, nos desconectábamos de interacciones sociales más cercanas y presenciales, justo las que busca hacer un cine club comunitario. La búsqueda incesante de qué ver, a cuál trama engancharse para pasar las horas y los días de un súbito aislamiento obligatorio generó una demasía en el consumo audiovisual. Ante la posibilidad paulatina de retornar a una cierta normalidad y abrir espacios de re-encuentros sociales es que surge la inquietud para retomar una experiencia comunitaria de ver –cine –con – otras y otros en algunos salones comunales en dos congregaciones de barrios en el nororiente de la ciudad de Medellín: Aranjuez y 12 de octubre. En la medida en que se fue permitiendo el regreso de las comunidades a sitios de encuentro social, a congregaciones religiosas o bien al centro comercial, se evidenció la necesidad y la búsqueda de las personas para re-encontrarse con familiares, amistades o diversos ciudadanos y tener espacios de goce y disfrute en común.

Es en dicha situación que surge la idea a partir de una reunión cultural con personas de distintas edades en estos dos barrios, primero con una congregación de carácter evangélico y posteriormente, en un espacio comunitario dispuesto en una parroquia católica, para conformar lo que luego se llamó el Cine Club barrial Miradas”, una propuesta de encuentro comunitario motivado durante el desmontaje paulatino

del confinamiento para favorecer espacios de consumo cultural con otros, en particular ver una selección de películas colombianas recientes que abordan temáticas de memoria, post-conflicto, paz, reinserción. En esta experiencia nos ubicamos, por tanto, desde la orilla de la recepción comunitariay no necesariamente en la creación audiovisual. Como lo mencionamos, el término cine comunitario ha sido usado en la tradición académica para referir a la creación de imágenes en movimiento, con mayor énfasis en lo documental, hechas por las mismas comunidades barriales, campesinas, obreras o bien organizaciones de activismo comunitario de diversa índole. Para el caso y su referencia en esta experiencia que vamos describiendo; asumimos la idea del ver cine con otras y otros como una manera de suscitar diálogos posibles sobre la situación social y política en Colombia en un momento de picos altos de debate social que se propiciaron por las tomas de las calles de diversos grupos de manifestantes entre abril –agosto del 2021, justo los meses en que se fue convocando a las reuniones del cine club Miradas, las cuales tuvieron una frecuencia quincenal.

La experiencia de intentar conformar un cine club comunitario implica pensar en las diversas mediaciones tecno-cognitivas⁵ que se propician cuando un grupo de personas cercanas se reúne con un propósito común. A primera vista, ver una película de cine colombiano, parece ser banal: aquello que acontece en la comunidad, lo que se suscita cuando termina el último fotograma, cuando aparecen los créditos, los mismos que muchas veces ni leemos en la soledad de una sala de cine. Sin embargo, al terminar el visionado, lo que sigue en un cine club comunitario después “The end” es la conversación.

5 Es el investigador *mexicano* Guillermo Orozco(año) quien nos plantea las repercusiones emocionales y de asociación, reconocimiento y debate que se produce gracias a la manera como vemos un producto audiovisual, no es lo mismo ver en un múltiplex en pantalla gigante a ver una película re-programada en un canal de la tele, la disposición del espectador cambia y se activan predisposiciones del entorno que permiten comprender de manera diferente un producto audiovisual. En las experiencias de un cine club comunitario normalmente se hace al principio una sinopsis de la película programada.

Pensar la recepción cinematográfica implica situarnos en la orilla de una pregunta investigativa por el qué hacen los sujetos con aquellas imágenes cotidianas que consumen, también ofrecer formación comunitaria audiovisual que fomente una recepción crítica. En los primeros encuentros de nuestro cine club se planteó por parte de un asistente un comentario que pudo ser irónico, certero o simple broma: ¿Vamos a ver la saga de “El paseo”?⁶

No es ese tipo de películas las que anima al cine club, así que en la perspectiva de creación de este tipo de espacios de formación ciudadana o bien de creación de contenidos comunitarios lo que se busca es proclamar el derecho a la comunicación, establecer un acceso amplio al uso de medios y recursos de comunicación e información y promover un activo protagonismo en la sociedad, dejando de ser receptores pasivos, con miras a marcar agenda y tener incidencia política” (Gumucio-Dagrón, 2014, p. 54).

No es lo mismo encerrarse en la habitación personal para sintonizar una telenovela a salir de casa para ir hasta un local comunitario, encontrarse con otras personas, preparar el lugar de la proyección sobre un gran telón de fondo e incluso preparar crispetas, café y emparedados, un acto previo que requiere el aporte de dinero y un hacer comunitario en la cocina, acción colectiva que nos pone en interacción con los vecinos, de eso se trata un cine club comunitario de un hacer, ver y dialogar con otros a partir de las películas. El tipo de filmes que se propusieron para su apreciación y debate en el cine club son poco conocidos entre la población general, en particular para las personas de los barrios mencionados, pues resulta ser un tipo de cine-arte que

6 Se refiere a una saga de películas populares en Colombia producidas por Dago García quien trabaja en asoció con de Caracol Televisión, uno de los más grandes e importantes canales de la televisión pública. Las películas denominadas como “El paseo” ya cuenta con una docena y se realizan para ser proyectadas en salas comerciales de cine en la temporada de diciembre, luego este tipo de películas rota por varias plataformas o se pasa en la programación del canal Caracol. Es un tipo de película colombiana que se hace con figuras del humor de reconocida trayectoria en los medios.

si bien llega a la ciudad solo lo programan en salas independientes con pago de boletería. Los locales de cine comunitario operan entonces como espacios formativos de apreciación cinematográfica, al proponer diálogos sobre las películas de cine dirigidas por personas cercanas a la comunidad que ya han tenido este tipo de formación; además se propicia un ambiente creativo, que animará posteriormente a plantear propuestas de creación propia; como aquella de identificar la ciudad de Medellín en un cierto canon de películas recientes que han sido rodadas en la ciudad, desde *Rodrigo D. no Futuro* (Gaviria, 1988) *“Hasta el cielo después de llover”* (M. Gaviria, 2021) el filme hecho por la hija del reconocido cineasta con archivos familiares y que pone énfasis en la captación de los sonidos urbanos, motivada por su formación como sonidista en Buenos Aires.

En los primeros encuentros del cine club se exploró cuánto sabían los asistentes de la historia del cine colombiano, en particular sobre películas que abordan la historia de nuestras múltiples violencias, las mismas que ahora nos demandan procesos sociales de memoria para lo cual el cine, como universo simbólico, aporta a la comprensión de los hechos. Si bien en Medellín es un lugar común mencionar el cine de Víctor Gaviria (*Rodrigo D, No futuro*, 1990; *La vendedora de rosas*, 1998) se ignora la tradición que va desde los primeros abordajes de las décadas de los sesenta de Julio Luzardo (*“El río de las tumbas”*, 1964) a la adaptación literaria de Francisco Norden de la novela de Álvarez Gardeazábal (*Cóndores no entierran todos los días*, 1984) o se desconoce totalmente la propuesta intimista de Jaime Osorio (*Confesión a Laura*, 1990) mientras que sí es reconocida por algunas personas de los barrios el filme emblemático de Sergio Cabrera (*La estrategia del Caracol*, 1993).

De este modo, mediante el uso de proyecciones de los tráileres de estas películas disponibles en youtube, se hizo una primera sesión en la cual se hacía un panorama de la historia del cine colombiano y el abordaje de las violencias. Posteriormente se logró planear la proyección de un conjunto de películas que tiene la particularidad de haber sido

realizadas en los últimos siete años mientras en Colombia se vivió el proceso de los diálogos de La Habana, el referendo por la Paz, la posterior revisión y refrendación de los acuerdos para lo cual fue necesario conseguir algunas copias o pagar por el acceso al contenido íntegro a través de algunas plataformas.

El proceso de la selección de las películas que se programaron para su proyección quincenal en el cine-club durante los meses de la apertura que coincidieron con la reactivación de las protestas sociales en las calles (abril a septiembre del 2021) se motivó a partir del diálogo establecido en la primera sesión de encuentro, estructura y organización del “Cine Club Miradas”. Lo que sucede con las personas que participan de un cine club es un proceso de subjetivación comprendido como toma de conciencia, análisis crítico de los filmes y recepción activa del cine, con lo cual estas prácticas fragmentarias de ver cine tienen sentido: apreciar un tráiler, detenerse a mirar un poster, reconocer actores y personificaciones. En las primeras sesiones de nuestro cine-club se presentó esta dinámica comunitaria, la del diálogo a partir de proponer fragmentos cinematográficos para hacer una agenda temática de programación.

El corpus cinematográfico como una curaduría comunitaria

El cine colombiano cuenta con dos películas emblemáticas que narran una primera conformación de grupos revolucionarios como consecuencia directa del magnicidio del 9 de abril de 1948 y por tanto han sido considerados como un cine sobre nuestras violencias, así como de la conformación de los procesos de memoria y paz. Debemos mencionar los filmes clásicos: “Cóndores no entierran todos los días” y “Canaguaro”.⁷

7 Estos dos filmes constituyen parte de un canon tradicional sobre el cine de la violencia en Colombia. La primera cinta se basa en una obra literaria muy reconocida con el mismo título del autor y periodista Gustavo Álvarez Gardeazabal. La otra cinta

Es claro que el cine nos permite compartir unas imágenes comunes para identificar diversos liderazgos políticos a lo largo del devenir histórico del país. Un líder conservador como lo fue León María Lozano representado por el actor Frank Ramírez, es recordado en la memoria visual de los colombianos como aquel devoto católico y de costumbres conservadoras que se enfrentó, armado con dinamita, a una turba que buscaba llegar hasta edificios emblemáticos de su pueblo para tomarlos y saquearlos como una manera de expresar la protesta social. El póster o cartel de la película que mencionamos - *Cóndores no entierran todos los días* - constituye una pieza gráfica que entra en el inventario de la memoria visual de los colombianos, allí el actor Frank Ramírez muestra un ceño fruncido como atrapando el odio de una clase política tradicional y conservadora frente a las expresiones ideológicas contrarias del liberalismo, las reivindicaciones populares, la equidad de oportunidades y la posibilidad de la tenencia de la tierra en equidad para todas y todos.

De otra parte, la figura del actor colombiano Edgardo Román, quien encarnó al prócer liberal Jorge Eliécer Gaitán, en una serie de televisión de gran audiencia emitida hacia la década de los ochenta le recuerda a una generación más adulta de colombianos la figura de Gaitán. El rostro de un actor en el póster o cartel cinematográfico, en la portada de una revista de entretenimiento, en una escena memorable del cine entra en nuestro ámbito familiar, da la sensación de compartir un archivo común con un grupo más amplio, aquellos quienes ahora son también, parte del mismo colectivo, tal es el proceso comunitario de promover ciudadanías mediante la creación de vínculos compartidos expresados en relatos, el cine favorece dicha interacción. Mucho más es lo que se logra cuando son las mismas comunidades las que identifican

la hace un chileno exiliado en Colombia, Dunav Kuzmanic, quien encontró en el medio artístico y audiovisual de Bogotá y Medellín un espacio para desarrollar su creatividad y por tanto se quedó entre los colombianos. La emblemática serie de televisión *Don Chinche* que relata la vida cotidiana en una barriada popular de Bogotá fue una de sus creaciones al lado de Pepe Sánchez.

sus propias calles, los barrios, los sitios de culto o peregrinación en creaciones audiovisuales creadas desde sus entornos y barriadas. En el desarrollo de esta experiencia del cine club encontramos una cierta preferencia, recordación y evocación de quienes participaron por películas que mostraban la Medellín de los barrios recientemente como Matar a Jesús (Laura Mora, 2018) y Los días de la ballena (Catalina Arroyave Restrepo, 2019). Filmes que las personas descubrieron a partir de la programación en el cine club Miradas. Después encontramos una serie de cortos documentales promovidos por la Cinemateca de Medellín y por el centro cultural de Moravia que muestra historias sobre los barrios de la comuna Nororiental de Medellín.

La idea de cercanía favorecida al ver el cine con otras y otros promueve la conexión con imágenes socialmente compartidas por nuestra cinematografía. La cercanía es asimismo la posibilidad de los diálogos intergeneracionales que se pueden propiciar en una práctica de cine club comunitario, si se logra convocar a personas de diversas edades entonces las y los más mayores sacan a relucir su memoria audiovisual centrada en la tele o la pantalla grande y le comentan a otras y otros más jóvenes sobre el tipo de películas que se exhibían en décadas anteriores en Medellín, o bien hacen narrativas sobre el viaje hacia el centro para asistir a los teatros de cine, ahora desaparecidos ante el auge de los multiplex en centros comerciales.

En el barrio Aranjuez la presencia de una caja de compensación familiar que recuperó una antiquísima edificación otrora sede del nosocomio⁸ municipal, convierte esa antigua estructura arquitectónica pa-

8 En medio del desarrollo del cine club se programó el visionado de un reportaje del programa los informantes del canal Caracol El chino, fotógrafo personal de Pablo Escobar disponible YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=DfrALQ4OXos>

Las historias que dan cuenta del "capo" siguen fascinando a la juventud, las generaciones más adultas que tienen la memoria de la *repercusión del modelo de vida mafioso en los barrios de la Nororiental* son más críticos con esta cierta narrativa del héroe que se reitera en las series audiovisuales que abordan el narcotráfico. El barrio Aranjuez en particular tiene la connotación de haber sido cuna de los más representativos sicarios y lugartenientes de Escobar. Muchos años después se da a conocer esta historia del

trimonial en referencia y coordinada barrial, el espacio del cine club sirve para evocar los recuerdos del propio entorno, algunos toman la palabra para recordar el sitio en que funcionaron por años los dos teatros del barrio uno por la avenida 92 y otro en el parque de Aranjuez, sitio ahora ocupado por un conjunto residencial.

Ese tipo de diálogos ocurrió en una de las sesiones del cine club comunitario con lo cual se propicia un recuerdo que evoca las maneras de habitar la ciudad y se mencionan las salas de exhibición identificando coordenadas urbanas más actuales, se habla del parque de Bolívar y el Cine Libia, el cine México, el María Victoria, el Cine Centro. Aquellos lugares en donde vimos este o aquel otro cine con una persona que en un momento de la vida nos acompañó, ver cine marca tiempos, rituales, espacios.

La diversidad en edades, formación académica, procedencias sociales, género de los potenciales participantes dentro de un cine club hace que se generen dinámicas diferentes en cada sesión de proyección y debate. Las personas que participan rotan, no siempre van todos los mismos vecinos de la comunidad, “un voz a voz es la estrategia de convocatoria. El recuerdo de los actores del siglo pasado y sus caracterizaciones circuló en una de las sesiones del grupo debido a la participación activa de un adulto mayor quien llevó además algunos recortes de prensa y de revistas de entretenimiento de la década de los ochentas, coleccionadas en los tradicionales álbum de fotografías analógicas familiares, derivó en una sesión de formación que intentó hacer una descripción de la trayectorias emblemáticas de películas colombianas que han abordado la problemática de la violencia y la memoria hasta

fotógrafo personal, habitante del barrio, el reportaje de los informantes se grabó en las instalaciones de la Biblioteca de Comfama, el antiguo manicomio municipal. En medio del diálogo comunitario se dijo *es como si el barrio estuviera marcado por la locura, los años del modelo de vida narco fueron un frenesí común, una enajenación colectiva*, “afortunadamente ahora se viven otros tiempos, otras maneras de habitar las calles de la barriada”, “promover un cine club de barrio es una oportunidad para otorgar significados a los territorios urbanos”.

proponer paralelos con producciones más recientes que siguen trabajando dicha problemática.

Una experiencia comunitaria como abordaje metodológico

La mirada académica de un extranjero nacionalizado colombiano don Jesús Martín-Barbero (2005) nos hace comprender en el campo comunicacional la presencia de matrices como un conjunto de categorías explicativas del acontecer social; así una matriz retoma y da continuidad a la comprensión de un fenómeno social que puede ser visto con características y condiciones diferentes, ocurridos en lapsos temporales distantes. Un sencillo ejemplo, hacerse fotos de sí. Captar la propia imagen y preservarla como un continuum constituye una práctica social sobre el registro de “acontecimientos” personales que pueden tener una incidencia más allá de la vida personal en lo público social. Martín-Barbero analiza en la génesis misma del cine, cómo se posibilita una sensibilidad para una ciudadanía diferente a la otorgada por otras prácticas de consumo cultural como la de informarse con la prensa, apreciar pinturas en el museo o leer una novela-literaria: “El cine mediaba así, a la vez, la constitución de una nueva figura de ciudad y la formación de un nuevo modo de percepción. Los dispositivos que, según Benjamin, configuran ese nuevo sensorium son la dispersión y la imagen múltiple. (Martín- Barbero, 2005).

En medio de la identificación de creaciones cinematográficas recientes que, en Colombia, abordan el asunto de la memoria los curadores-organizadores, desde el “cine club Miradas” determinamos una cierta tendencia entre nóveles directores de cine para hacer películas a partir de los propios álbumes de la vida familiar: Después de Norma (Botero, 2019) Dopamina (Natalia Imery Almario, 2020) Como el cielo después de Llover (Gaviria, 2021) se produce ese flash de memoria visual colectivo apalancado en la evocación de aquello que hemos visto, en esencia en la tele como algo cíclico, se retoma así las imágenes más vistas y conocidas por las masas, en el caso de las películas colombianas que se

hacen sobre la actualidad de ese país combinan ese modo de mirar en soledad, íntimo y familiar como lo es la revisión del álbum de fotos de familia para contrastarlos con otras imágenes más universales como las de los archivos de los noticieros.

La tele y las series de las plataformas audiovisuales dispersan las miradas, el ver cine en el espacio comunitario concita la atención y provoca el debate por el diálogo: es así mismo abrir conjuntamente el álbum visual de nación.⁹

Asimismo, se ha generado una tendencia en la producción de un cine que explora maneras narrativas del conflicto, un cine al cual no le otorgamos el nombre de “nuevo cine”, en las convocatorias al cine club se decidió no rotular como “nuevo cine colombiano” porque ese término tiene un anclaje en la tradición latinoamericana y está alineado hacia una postura política de izquierda que buscaba, en su momento, relatar otras utopías de modelos políticos posibles. Tampoco puede ser llamado un cine del post-conflicto porque es evidente que en Colombia la guerra continúa por múltiples caminos alternos, el conflicto no cesa, la horrible noche no ha terminado para el pueblo colombiano. Crear una sociedad democrática no es pretender vivir sin conflictos, la paz no es silencio de voces disonantes, los consensos no son necesariamente homogeneidad de las ideas políticas; en las ciudadanías así mismo si ahora se va consolidando una diversidad de relatos cinematográficos que sirvan a la construcción de esa memoria que se demanda en Colombia, debemos admitir que cada

9 El escritor y crítico de cine *Hugo Chaparro Valderrama* (año) publicó *Álbum del Sagrado corazón del cine colombiano*, un título que recoge una iconografía muy reproducida en los hogares populares de Medellín, en todas las casas se tiene la misma foto, la misma pose, la misma imagen; el cine termina siendo ese álbum de vida familiar en el cual reconocemos las calles de nuestros barrios y la historia común compartida, una acontecer que puede ser una tragedia como los años aciagos que el narcotráfico generó en las barriadas populares de Medellín. El continuum de la práctica comunitaria es ahora hacerse la foto selfie, la que da cuenta de haber estado en esta o aquella otra barriada donde ocurrieron los hechos, la cercanía del diálogo comunitaria trastoca la pose por el compartir de la palabra y así moviliza otros constructos comunicativos: el recuerdo, el escuchar, el reconocer lugares, personas y objetos.

vez más los creadores, guionistas, directores exploran otras maneras de hacer una película. Entre ellas, ahora aparece con frecuencia las que hacen búsquedas de imágenes en archivos personales o bien las que emprenden la tarea de revisar-re/visitar archivos audiovisuales olvidados. El denominado “cine de archivos”, la creación e intervención de metrajes encontrados, denominado cine de “FoundFootage”, adquiere sentidos para la actual cinematografía colombiana que busca ubicar relatos de memoria y paz. Las prácticas de hacer cine con recortes y retazos es así mismo una práctica consuetudinaria en el cine militante comunitario de América Latina. En el desarrollo de la experiencia del cine club descubrimos este otro modo de proceder, el de la creación comunitaria a partir de los retazos de historias íntimas, de archivos ocultos, de imágenes olvidadas.

Unos puntos en común enlazan estos acontecimientos, hay un registro audiovisual histórico y se han realizado re-creaciones cinematográficas en diversos formatos. La memoria audiovisual de estos acontecimientos se acrecienta con la creación, intervención de archivos existentes, el hallazgo y la posterior circulación de otros. Es así como en una sesión de trabajo del cine club Miradas se programó la apreciación y discusión del cortometraje “Cesó la horrible Noche” (Ricardo Restrepo, 2015) Esta es una película de creación con archivos históricos encontrados, sistematizados y revisados por el abuelo médico del director, un filme que nos ubica el contexto de la génesis de la violencia contemporánea en Colombia, que se demarca a partir del acontecimiento del Bogotazo en 1948. Este tipo de películas, por su duración, permiten abrir por más tiempo el diálogo comunitario e impactan en la audiencia comunitaria por el rescate de materiales de archivos, tal es el continuum que analiza Martín-Barbero: es como estar en la sala de la casa para apreciar unos registros filmográficos que nos hacen sentir parte de la nación colombiana. Es un cine de imágenes comunes compartidas, ver una iconografía común como aquella del cuadro del sagrado Corazón de Jesús que se empotra en las salas de la mayoría de las casas en las barriadas populares.

Luego de la sesión en que se apreció el documental de Restrepo (año), cuyo título alude a una de las simbologías que más nos identifican-el himno nacional- se suscitó una dinámica que fue permitiendo hablar de memorias sobre los barrios de Medellín hasta enfocarnos en particular en el caso de Aranjuez. Este barrio de origen obrero cuenta en sus territorios con un legado arquitectónico que recuperó Comfama, el antiguo manicomio municipal. Esto constituyó una motivación para los programadores del Cine Club Miradas en el sentido de generar, a partir de la recepción cinematográfica, un trabajo de valoración de la historia oral, la arquitectura, la historia del barrio. En medio de las sesiones de discusión se fueron aportando ideas para hacer trabajos sistemáticos y sinergias en la medida en que intercambiábamos información con instituciones consolidadas en la formación cinematográfica de la ciudad, como la cinemateca, la casa de la memoria o el centro cultural de Moravia, un barrio cercano de Aranjuez. Se participó entonces con el grupo, en las proyecciones a cielo abierto que se realizan en el parque de los deseos, apreciamos un conjunto de obras documentales que relatan las historias de las calles de los barrios populares de la Nororiental y que se han agrupado en el proyecto Memoravia. En particular, un reportaje documental dedicado a Aranjuez y relatado en la voz de Fernando Cuartas (2015)¹⁰ provocó el efecto de recordación y asociación urbana entre los asistentes.

En otra sesión del cine Club Miradas, la programación de la cineasta Natalia Imery Almario (2020) con su película Dopamina, nos mostró la relación con el padre, un activista de izquierda a quien le cuesta aceptar la homosexualidad de su hija. Así, la realizadora reflexiona sobre las ideas políticas, la izquierda en Colombia, la degradación del cuerpo del padre a causa del Parkinson y esa resistencia a dejar hacer las vidas a las hijas, esas trabas que se imponen cuando se trata de valorar las vidas diversas. La directora del filme se graba a ella misma dentro de su película

10 Es un reconocido líder cultural e historiador del barrio Aranjuez, ha participado en el diseño de varios proyectos audiovisuales que dan cuenta de las historias de los barrios de la zona Nororiental de Medellín.

en medio de conversaciones con su padre, en momentos de compartir las comidas con amigas o bien haciendo ejercicio, nadando en una pileta al igual que su progenitor. Es una película muy azul, llena de agua, quizás alusión al paso de la vida. Ella se cuestiona de qué manera puede comprenderse que unos padres que profesaron ideas libertarias y militaron en partidos de la izquierda tengan resistencias para aceptar a su novia y poder comprender otras formas de vida familiar. Esta película gustó en el visionado, al poner en debate el diálogo entre padres, madres, hijas e hijos; la orientación sexual y los modos de asumirla y vivirla. El tema derivó en una discusión sobre si un barrio como Aranjuez es machista, es excluyente, es racista, o bien homófobo, debate que quedó abierto.

Otra película que se apreció en el cine club fue la de Federico Atehortúa quien afirma sobre su trabajo *Pirotecnia* (2020) que “Tiene un efecto de zapping. Mi vida personal en el hogar ha estado acompañada de una televisión como fondo”. Almorzar con las noticias que pasan por la tele es una costumbre muy colombiana. Pasar por muchos acontecimientos inconexos donde la vida propia más íntima y familiar, la de la enfermedad de la propia madre se revuelve con la investigación de archivos es la estrategia de la película de Atehortúa. El director centra su atención en un primer desarrollo argumental en la recopilación de metrajes informativos sobre el atentado al presidente en ejercicio, Rafael Reyes Prieto; con ello nos plantea el proceso de memoria sobre los mal llamados “falsos positivos” que fueron ejecuciones extrajudiciales de jóvenes humildes para hacerlos pasar como guerrilleros activos. El visionado de esta película en el cine “club se dio en los meses en que la protesta social estudiantil tomó más fuerza con sus concentraciones en el Parque Deseos, entorno urbano cercano a la comuna de Aranjuez, la cercanía es no solo lo territorial sino la temática como la del debate sobre el abuso de la fuerza policial contra los manifestantes. Por eso, constituyó otra temática de diálogo en el cine “club, así como la necesidad de proteger las vidas de todas y todos, estudiantes, fuerza pública y hacer memoria de las desaparecidas, torturadas, violentadas y los desaparecidos, torturados y violentados.

Apagar el proyector, poner a hablar a la comunidad

Terminamos con unas líneas de valoración de esta experiencia comunitaria que apenas se está formulando y que en los pocos meses de su implementación, pese a las dificultades que conlleva cualquier proceso comunitario; desde encontrar aliados, adecuar los espacios sociales y divulgar la propuesta entre la comunidad; encontramos pertinente. Ver el cine en comunidad implica la posibilidad de hacer algo con el entorno audiovisual que nos asedia, un cine club comunitario es un espacio de formación de ciudadanías, mediante el diálogo se promueve la crítica frente a los medios tradicionales, se pone en perspectiva las series de Netflix o el interminable universo de contenidos ante el cual nos expone Youtube.

Se hace necesario contar con una buena formación entre las y líderes de las propuestas de cine-clubes comunitarios para poder generar curadurías de películas colombianas que nos hablen de las problemáticas sociales. El cine no es solo industria de entretenimiento, es creación cultural que puede motivar entre quienes asisten ideas para pensar la propia película, aquella que cruza las calles del barrio con las tramas más personales. Valga a modo de cierre mencionar la investigación de Germán Franco Diez (2013) en la cual expone esta perspectiva que hemos querido plantear: “Las personas del común ven productos audiovisuales no solo acompañadas de otras personas sino de la cultura a la cual pertenecen. La sociedad espectadora hace que los individuos asistan a las obras audiovisuales, las busquen, las perciban en colectivo y en silencio.” (Franco Diez, 2013).

Al poner por escrito dentro de este libro promovido por el grupo de trabajo de ALAIC, la sistematización de una experiencia comunitaria - la del cine club Miradas-, podrá ser replicada o bien comparada con otros cine-club que seguramente existen en distintas barriadas de nuestras urbes latinoamericanas. Sería un horizonte de trabajo promover el intercambio de experiencias de formación audiovisual o bien hacer circular entre nuestros grupos y equipos, carreras y universidades,

las cinematografías latinoamericanas que pueden pasar de largo en medio del asedio audiovisual en que nos sumergen las plataformas de pago o las redes sociales. Las tareas comunitarias en relación a la formación con el cine ofrecen múltiples perspectivas de trabajo tanto para la academia como entre las comunidades. Formar un cine club comunitario es promover la ciudadanía crítica de la sociedad espectadora del inmenso mundo audiovisual que ha invadido las habitaciones de los seres humanos confinados, el cine club comunitario es así una puerta de salida del encierro individual hacia un diálogo comunitario del país y de la región a partir de la experiencia del ver en comunidad.

Bibliografía

- Arana Arrita, E. (2011). *Estrategias de programación audiovisual*. Bilbao. Publicaciones Universidad País Vasco.
- Aguilar P. (1996). *Manual del espectador inteligente*. Fundamentos. Madrid, España.
- Chaparro- Valderrama, H. (2020). *Álbum del Sagrado Corazón del Cine Colombiano*. Villegas Editores. Bogotá, Colombia.
- Franco Diez, G. (2013). *Mirando solo a la tierra. Cine y sociedad espectadora*. Editorial Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Getino, O. y Solanas, F. (1973). *Cine, Cultura y Descolonización*. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Gumucio-Dragón, A. (2014). *Cartografías de experiencias del cine comunitario en América Latina y el caribe*. Fundación Nuevo Cine. Bogotá, Colombia.
- Lagny, M. (1997). *Cine e historia. Problemas y métodos en la investigación cinematográfica*. Bosch. Bogotá, Colombia.
- Molfetta, A. (2017). *Cine Comunitario Argentino*. Teseo editor. Buenos Aires.
- Mimenza Castillo, L. y Narbaiza Amillategi, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, No.10, p.149-183.
- Martín Barbero, J. (2005). *Estética de los medios audiovisuales*. En Sobrevilla, D. *Enciclopedia de la Filosofía- Estética*. Madrid (España): Trotta.
- Orozco, G. (1995). Apuntes para un debate sobre el impacto cognoscitivo de la televisión. *Revista Renglones #3*, Iteso México. A.C., 7-13.
- Solanas, F. y Getino, O. (1973): *Cine, cultura y descolonización*. Buenos Aires, Siglo XXI.

Zarzuelo, M. (2012). *Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales*, en *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, núm. 10, vol. 1, pp. 1091-1102. Sevilla.

Filmografías

Arroyave Restrepo, Catalina (2019) *Los días de la ballena*
Atehortúa, Federico (2020) *Pirotecnia*
Cabrera, Sergio (1993) *La estrategia del Caracol*
DunavKuzmanic (1980) *Canaguaro*
Gaviria, Víctor (1988) *Rodrigo D. No Futuro*
Gaviria, Mercedes (2021) *Hasta el cielo después de llover*
Luzardo, Julio (1964) *El río de las tumbas*
Mora, Laura (2018) *Matar a Jesús*
Natalia Imery Almario (2020) *Dopamin*
Norden, Francisco (1984) *Cóndores no entierran todos los días*
Osorio, Jaime (1990) *Confesión a Laura*
Ricardo Restrepo (2015) *Cesó la horrible noche*

Estratégia de formação em transmídia para a rádio Comunitária na Colômbia

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN TRANSMEDIA
PARA LA RADIO COMUNITARIA DE COLOMBIA

TRANSMEDIA TRAINING STRATEGY FOR COMMUNITY
RADIO IN COLOMBIA

MARISOL MESA GALICIA
JUAN ANDRÉS ROMERO PRADA
YEISON CAMILO CONDE GONZÁLEZ

UNIVERSIDAD DEL TOLIMA (COLOMBIA)

Abstrato: Este capítulo do livro apresenta os resultados de uma pesquisa orientada pelo objectivo de: conceber uma estratégia de formação transmídia para a rádio comunitária no departamento de Tolima, Colômbia, de acordo com a Lei 1978 de 2019 sobre a promoção das TIC e a Lei 1834 de 2017 sobre a promoção da Economia Criativa e a Lei Laranja. Para este fim, foi trabalhado um quadro teórico, constituído por: (1) ecologia dos media, como uma perspectiva teórica, (2) comunicação digital, como um campo, e (3) rádio comunitária, como um contexto. Além disso, utilizámos metodologia qualitativa, desenho Action Research, e os métodos de mapeamento social, entrevista aprofundada, grupo focal e etnografia digital, aplicados a uma amostra de estações de rádio comunitárias que operam no departamento. Além disso, em relação a estes meios de comunicação de proximidade, (1) foi analisada a influência positiva da produção analógica em termos de acesso à informação local, (2) foi diagnosticada uma condição limitada da produção transmídia devido à escassez de recursos, e (3) foi

concebido um modelo de formação transmídia para estações de rádio comunitárias na região.

Palavras-chave: rádio, comunidade, formação, transmedia, Colômbia.

Resumen: Este capítulo expone los resultados de una investigación orientada por el objetivo de: diseñar una estrategia de formación transmedia para la radio comunitaria del departamento del Tolima, Colombia, de acuerdo con la Ley 1978 de 2019 de fomento de las TIC y la Ley 1834 de 2017 de fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja. Para ello, se trabajó un marco teórico formado por: (1) la ecología de los medios, como perspectiva teórica, (2) la comunicación digital, como campo, y (3) la radio comunitaria, como contexto. También, se utilizó la metodología cualitativa, el diseño Investigación-Acción, y los métodos de la cartografía social, la entrevista en profundidad, el grupo focal y la etnografía digital, aplicados a una muestra de radios comunitarias que operan en el departamento. Además, respecto a estos medios de proximidad, (1) se analizó la influencia positiva de la producción análoga en materia de acceso a información local, (2) se diagnosticó una limitada condición de producción transmedia por los escasos recursos, y (3) se diseñó un modelo de formación transmedia para las radios comunitarias de la región.

Palabras claves: radio comunitaria, formación, transmedia

Abstract: This book chapter exposes the results of a research oriented by the objective of: designing a transmedia training strategy for community radio in the department of Tolima, Colombia, in accordance with Law 1978 of 2019 for the promotion of ICT and Law 1834 of 2017 for the promotion of the Creative Economy and Orange Law. For this purpose, a theoretical framework was worked on, formed by: (1) media ecology, as a theoretical perspective, (2) digital communication, as a field, and (3) community radio, as a context. Also, qualitative methodology was used, the Action Research design, and the methods of social mapping, in-depth interview, focus group and digital ethnography,

applied to a sample of community radio stations operating in the department. In addition, with respect to these proximity media, (1) the positive influence of analog production in terms of access to local information was analyzed, (2) a limited condition of transmedia production due to scarce resources was diagnosed, and (3) a transmedia training model was designed for community radio stations in the region.

Keywords: community radio, training, transmedia

Problema

El modelo de radio comunitaria de Colombia es reconocido en el mundo occidental por democratizar el espectro electromagnético, procurar la inclusión social y ofrecer una programación educativa y cultural acorde a las necesidades de los municipios alejados de las ciudades. En este contexto, la radio comunitaria contó con más de 1.000 estaciones en todo el país en la década de los 90 (Mesa Galicia, 2014), dada la Constitución Política de 1991 y los decretos 1900 de 1990, 1445 y 1447 de 1995 y 1021 de 1999.

La diversidad de emisoras comunitarias asegura contenidos próximos a las comunidades y que los colectivos sociales desarrollen competencias expresivas (producción propia) y organizacionales (administración eficiente). Sin embargo, algunas disposiciones legales han provocado que muchas de ellas hayan cambiado a otras modalidades radiales o migrado a internet y otras hayan desaparecido de las bases de datos del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que en 1998 contaba con 1200 emisoras y actualmente sólo cuenta con 626, lo que representa una reducción del 42,8%.

Las repercusiones de este fenómeno son negativas para el sistema radiofónico colombiano, debido a que se han perdido fuentes y puestos de trabajo, las comunidades han dejado de participar en la producción, gestión y control de los contenidos locales de las emisoras comunitarias. Adicionalmente, este proceso puede estar asociado con

los resultados del informe para la Fundación de la Libertad de Prensa (2017), según el cual Colombia tiene un déficit de información local del 56,8% y el Tolima del 59,6%, es decir, espacios que no tienen medios locales o si los hay no producen información local.

También, las repercusiones de este fenómeno son negativas para el sistema radiofónico departamental, el Tolima ha visto cómo sus radios comunitarias han salido de la órbita del Ministerio, en el año 2009 pasó de 17 experiencias a 14 en el 2019, esto es, una disminución del 17.7%. Sin embargo, se mantienen catorce estaciones ubicadas en los municipios de: Ibagué (2), Murillo, Armero–Guayabal, Palocabildo, Piedras, Espinal, Alpujarra, Saldaña, Icononzo, Natagaima, Planadas, Rioblanco y San Antonio, las cuales cuentan con páginas de Facebook, web gratuita y streaming (excepto Palocabildo, Alpujarra e Icononzo).

No obstante, medidas recientes tomadas por el gobierno del presidente de Colombia Iván Duque buscan fortalecer los medios comunitarios. Por ejemplo, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, luego de once años de no hacerlo, entregará viabilidad a 187 nuevas emisoras comunitarias en Colombia, a través de la convocatoria n° 001 de 2019. El departamento del Tolima, se beneficiará con la adjudicación de diez en las localidades de Ataco, Chaparral, Cunday, Dolores, Flandes, Fresno, Honda, Melgar, Purificación y Suárez, según Resolución 000727 del 30 de abril de 2020.

Estas disposiciones, son algunos de los beneficios incluidos en un marco legal más amplio proporcionado por la Ley 1978 de 2019 de fomento de las TIC, que establece incentivos para que las radios comunitarias incurrieren con más recursos en el ofrecimiento de servicios tecnológicos, “así como a la promoción de servicios TIC comunitarios, que permitan la contribución desde la ciudadanía y las comunidades al cierre de la brecha digital, la remoción de barreras a los usos innovadores y la promoción de contenidos de interés público y educación integral” (Artículo 7).

Este marco legal, también está conformado por La Ley 1834 de 2017 de Economía Creativa y Ley Naranja, que estipula que los contenidos

multimediales, servicios interactivos y de información, entre otros, se constituyen en economías creativas que tendrán circulación y reconocimiento a través de la radio comunitaria, por tanto, recibirán el apoyo del Gobierno Nacional para promover su visibilización y crecimiento, toda vez que son generadoras de empleo de calidad, motor de desarrollo y fomentadoras del tejido social y humano y de la identidad y la equidad (Artículo 3).

En este contexto, esta investigación busca que las radios comunitarias y sus contenidos se adapten al universo tecnológico, como lo plantean las leyes expuestas anteriormente. De manera que la estrategia de formación y producción transmedia surge como la mejor alternativa para que la radio comunitaria se ajuste a los nuevos tiempos y vincule activamente al destinatario “permitiéndole consumir la historia en múltiples plataformas, escenarios y contenedores, al tiempo que lo reconoce como sujeto participativo de la construcción de la historia misma y le permite seguir expandiendo el relato en múltiples mundos paralelos” (Levy, 2018).

Metodología

Enfoque cualitativo

Esta investigación utiliza un enfoque cualitativo. Según Jensen (2014), estos estudios se enfocan en el significado, contextos naturalistas y sujetos interpretativos. En el *significado*, ya que las personas interpretan su vida, acciones y productos, muchas veces a través de las tecnologías de la información y la comunicación como algo relevante. Mientras que los investigadores interpretan las percepciones que tienen las personas de sus experiencias y comunicaciones. En *contextos naturalistas*, porque considera lugares en los que pueden encontrarse y examinarse fenómenos comunicativos particulares. En *sujetos interpretativos*, pues la investigación científica se lleva a cabo por seres humanos en calidad de actores que interpretan su realidad y la de los demás.

Diseño de Investigación-Acción

El diseño cualitativo elegido es el de Investigación-Acción, con énfasis práctico (Colmenares y Piñero, 2008), el cual consiste en estudiar las actividades locales, comunales o colectivas, para que a través del trabajo individual o en equipo, se resuelva un problema, se introduzca una mejora o se genere un cambio positivo. Este proceso implica la elaboración de un plan de acción, liderado por los investigadores y algunos participantes de la comunidad beneficiada, centrado en el desarrollo y el aprendizaje de todos (Hernández; Fernández y Baptista, 2014). Las etapas que se contemplan para el desarrollo de la Investigación - Acción son las que propone Teppa (2006, citado en Colmenares y Piñero, 2008): (1) introducción y diagnóstico; (2) elaboración del plan; (3) ejecución del plan; (4) producción y reflexión y (5) transformación y replanificación.

Métodos

Cartografía social

La *cartografía social*, concebida como una herramienta cualitativa de carácter territorial que significa el espacio de manera individual o colectiva, creando otra versión de la cartografía técnica (Barragán-León, 2019). En este caso, la cartografía social identifica los recursos humanos, colectivos, tecnológicos, comunicativos y financieros de que disponen los municipios donde operan las radios comunitarias.

Entrevista a profundidad

Se trabajó esta técnica que consiste en lograr una interacción empática, con cuestionarios semiestructurados (Soler, 2011), entre los operadores, directivos y productores de contenidos de las radios comunitarias. Las entrevistas se aplicaron en dos tipos de modalidades: una primera parte de forma presencial durante la visita que se realizó al municipio de Armero-Guayabal. En la segunda parte, que incluyó a los municipios de Alpujarra, Chaparral, Espinal, Natagaima, Planadas y Rioblanco, se

aplicaron las entrevistas utilizando plataformas de videoconferencias o llamadas telefónicas. Todas las entrevistas fueron grabadas para ser transcritas y analizadas.

Grupo focal

Se utilizó esta técnica en la que el investigador formula preguntas específicas y orienta la discusión para asegurarse de que los miembros del grupo las respondan, con lo cual la información resultante es cualitativa y relativamente desestructurada (Schutt, 2019). Los grupos están constituidos por los habitantes de cada municipio donde funcionan las radios comunitarias para conocer cómo influyen estos medios y la internet en sus vidas. Los grupos focales se llevaron a cabo en forma presencial en los municipios, conservando todas las medidas de bioseguridad para evitar el contagio del Covid-19.

Una vez transcritas las entrevistas y grupos focales se organizó y tabuló la información mediante las siguientes categorías de análisis, contando con el apoyo de los programas cualitativos Nvivo y Atlas ti: (1) Problemas del municipio, (2) Producción y consumo de contenidos digitales, (3) Condiciones del servicio de internet, (4) Importancia de la radio comunitaria para el municipio, (5) Funcionamiento, sostenimiento y proyectos de la radio y televisión comunitaria, (6) Tipo de programación de la radio comunitaria, (7) Aspectos que debe mejorar la radio comunitaria, (8) Participación de la comunidad en la radio comunitaria, y (9) Modelo de formación y producción transmedia.

La etnografía digital

La *etnografía digital*, comprende el análisis, descripción y, ante todo, explicación de la complejidad de las prácticas y las culturas digitales (Barajas y Carreño, 2019), así como la construcción y apropiación de los contenidos de radios comunitarias, mediadas por tecnologías. Eventualmente, este método contará con las herramientas de análisis e interpretación del material que provee el análisis textual, desde la

perspectiva semiótica y del análisis del discurso (Neuendorf, 2002).

El modelo que se siguió para el análisis de las plataformas digitales de las radios comunitarias se basó en los siguientes elementos: (1) Análisis contextual formado por: el análisis del ambiente, el análisis del público, el análisis del sistema y el análisis de contenido. (2) Modelo de propuesta conformado: por el modelo comunicativo/informativo, el modelo educativo, el modelo de entretenimiento, y el modelo de negocio. Y (3) Requerimientos funcionales formados por: la metáfora de presentación, el diseño de la interfaz y el manejo del usuario (Orihuela y Santos, 1999).

Muestra de municipios donde operan las radios comunitarias del Tolima

La muestra de radio comunitaria del Tolima abordó los siguientes municipios y criterios de elección:

Alpujarra, Armero-Guayabal y Planadas: municipios donde existen radios comunitarias.

Natagaima: municipio con radio comunitaria con más de diez años de funcionamiento.

Espinal: población con radio comunitaria con más de diez años de funcionamiento.

Rioblanco: municipio con radio comunitaria con más de diez años de funcionamiento.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a través de la cartografía social, las entrevistas a profundidad, los grupos focales y la etnografía digital.

Cartografía social

Se describen las relaciones que tienen las radios comunitarias con los seis municipios escogidos para desarrollar el estudio. A continuación, se presenta la información obtenida de acuerdo con las categorías definidas:

Tabla 1 Resultados cartografía social

Categorías	Subcategorías	Descripción
Diálogos directos	Población	<p>Población: entre 4.500 a 75.000 habitantes. Poco más del 50% residen en zona rural (corregimientos, veredas y fincas), los demás en zona urbana.</p> <p>Existen indígenas (Nasas y Pijaos), y una menor cantidad de población afro, blancos y mestizos.</p> <p>El 51% de la población es masculina y el 49% femenina.</p> <p>Existen colectivos víctimas de la violencia, quienes están retornando a sus tierras, desmovilizados de grupos al margen de la ley, pero aún existe presencia de grupos armados.</p> <p>Parte de la población pertenece a programas del Estado colombiano, que subsidia con recursos económicos a los niños, jóvenes, familias y adultos mayores.</p>
	Ubicación y orografía	Los 6 municipios pertenecen al departamento del Tolima (Colombia), ubicados en la cordillera central, en diferentes pisos térmicos que pueden estar entre 323 msnm y los 1800 msnm.
	Grupos de referencia	Colectivos y organizaciones campesinas, juveniles, docentes, deportistas, comerciantes y religiosas.
	Actividad económica	<p>Agricultura: cultivos de arroz, café, plátano, arracacha, granadilla y breva, entre otras frutas y verduras.</p> <p>La ganadería, la minería y el comercio.</p> <p>El turismo se desarrolla poco, enfocado a unos municipios, a pesar de tener parques naturales, arquitectura colonial y gastronomía típica.</p>
	Organizaciones de base	<p>Alcaldías, Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), Fuerza Pública (Ejército y Policía), Bomberos y Cruz Roja. Cabildos indígenas y Juntas de Acción Comunal (JAC) de cada municipio.</p> <p>Asociaciones de: servicios públicos, jóvenes, religiosos, campesinos, mujeres, agrícolas, forestales y ambientales, profesores, artesanos, desplazados, comerciantes, turismo, protectoras de animales, y de transporte.</p> <p>Aliados: Universidad del Tolima, Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo (USAID), Corporación Desarrollo y Paz del Tolima (Tolipaz), Comisión de la Verdad.</p>
Diálogos indirectos	Representación de las radios comunitarias	Tienen representación en Consejos Municipales de Cultura, de Planeación, Concejos. Participan en la Red Pijao y en el Ministerio de Cultura y Ministerio de las TIC.

Categorías	Subcategorías	Descripción
Mediaciones directas	Participación y transmisión de eventos	Eventos locales: fiestas patronales, fecha de fundación de municipios, día de la mujer, de la Madre, del Padre, aguinaldos de Navidad, entre otros. Desde la administración pública: intervenciones desde las Alcaldías, socialización de proyectos y programas estatales. En tiempos de pandemia: transmisión de campañas para evitar contagio por COVID-19, violencia intrafamiliar y prevención de otras enfermedades.
	Lugares de encuentro	Parques, salones comunales, instituciones educativas, puntos Vive Digital, bibliotecas, entre otros.
	Espacios educativos	Programas con temáticas de medio ambiente, agroecología, derechos de la mujer, arte, turismo, emprendimiento y cuidados de la salud.
	Expresión artística	Presentación de grupos musicales, solistas y eventos en escuelas de música.
	Espacios espirituales	Cubrimientos: santa misa, actividades Semana Santa y otras ceremonias.
Mediaciones indirectas	Medios Impresos	Interactúan con: El Nuevo Día (Tolima), La Nación (Huila) y medios locales como el Sureño, Lea Tolima (Natagaima y Espinal).
	Radio	Las radios comunitarias cuentan con cobertura en todo el municipio o la mayor parte de este. Compiten con radios comerciales, la emisora del Ejército Nacional, la Radio Nacional de Colombia y algunas emisoras sin licencias.
	Televisión	Hace presencia la televisión por cable y satelital de Claro, Movistar y Direct TV. Presencia de la Televisión Digital Terrestre (TDT).
	Telefonía e internet	Presencia de empresas de comunicaciones Claro y Movistar en la mayor parte de los municipios. La cobertura en señal para móvil e internet varía de acuerdo con las condiciones geográficas, incluso en las zonas urbanas de los municipios. En las zonas rurales es común buscar cobertura en partes altas para realizar llamadas navegar en internet. Otras empresas como ETB, Tigo, Virgin Mobile están llegando a los municipios, pero con baja cobertura.
	Mecanismos de financiación	Rifas, ventas de comidas, publicidad de entidades públicas a nivel nacional, y participación en proyectos de Organizaciones no Gubernamentales. Algunas de las emisoras debían dinero al Ministerio de las TIC y Cámara de Comercio por concepto de impuestos y renovación del registro mercantil, debido a su complejo sostenimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión documental

Resultados de entrevistas

ARMERO GUAYABAL

Imagen 1. Entrevista a director de la Emisora Armero FM Stéreo



Fuente: foto tomada por los autores

La emisora surge en 1997, sufre varios cambios de nombre quedando Armero FM Stéreo, como homenaje a la tragedia natural ocurrida en el año 1985. La mayor parte de la audiencia son adultos, los jóvenes participan en concursos o eventos especiales. A partir del COVID-19, la emisora desempeña un rol importante en la población para informar, transmitir quejas y reclamos en la zona urbana y rural haciendo uso de plataformas digitales (que han aumentado los seguidores y la cobertura). Sin embargo, el municipio tiene problemas de conexión a internet constante, afectando la producción y transmisión de la programación.

La emisora cuenta con 3 a 4 personas para su operación y sus recursos se dan a partir de pauta publicitaria (comercio local y Alcaldía), y

también contratos con entidades públicas. En su programación se encuentran espacios de salud, turismo, deporte, cultura e información (el más sintonizado). Esta se actualiza anualmente con las organizaciones interesadas en crear programas del municipio.

ALPUJARRA

La emisora se encuentra fuera del aire, por tanto, no tiene programación activa. Están pendiente de solicitar prórroga para no perder la licencia, sin embargo, debe resolver algunos problemas administrativos y de representación legal. Usan Facebook para transmitir el único programa que realizan en conjunto con la emisora del Ejército.

ESPINAL

Es una radio activa que cuenta con un productor y la directora de la emisora, quienes son apoyados por un colectivo de 15 personas (voluntarios) conformando la parrilla de programación. El 50% de su parrilla es producción propia, con programas ambientales, educativos, entre otros. Existen programas por parte de la Alcaldía, la iglesia católica y comunicadores sociales del municipio. A pesar de la pandemia, el internet no ha sido problema para transmitir sus contenidos en las plataformas digitales.

Se financian con publicidad local y regional, utilizando Marketmedios y alquilando espacios. Sin embargo, es una tarea pendiente aumentar las estrategias para ganar más recursos, personal nuevo, capacitación en creación de programas y fortalecimiento de las plataformas digitales de la emisora.

NATAGAIMA

La emisora cuenta con 2 productores, 3 realizadores y 1 programador. Con la pandemia, se ha aumentado la participación de personajes y periodistas virtualmente, articulando el uso de plataformas de

videoconferencia y WhatsApp. También, realizan programas con temáticas educativas, ambientales, derechos humanos y soberanía alimentaria.

Se financian con el apoyo de organizaciones sociales, compra de bonos solidarios y pauta publicitaria (comercio local y entidades del Estado). Sin embargo, no son suficientes estas estrategias para costear el salario de sus integrantes.

PLANADAS

La emisora Musicalia Estéreo aporta al desarrollo del municipio, también como compañía a los oyentes. Su parrilla es amplia, conformada en su gran mayoría por contenidos informativos, sin embargo, falta la creación de contenidos educativos, culturales y la participación de la comunidad en otros espacios diferentes al noticiero.

La conexión a internet es mala en las zonas rurales y urbanas, incluso la señal de móvil para llamadas telefónicas. Sin embargo, la emisora trata de hacer uso de las plataformas con las que cuenta.

RIOBLANCO

En la emisora Rioblanco Estéreo cuentan con 2 directores, 1 productor de video, 1 técnico y 1 productor. Muchos de los programas no pudieron continuar por efectos de la pandemia, los que continúan en emisión son realizados por los diferentes cultos religiosos, FEDEMEDIOS, entre otros. Sobre la financiación no pueden ofertar pauta, hay poco comercio y se tiene la concepción en las personas de que es un servicio gratuito, al ser medio comunitario. Están a la espera de participar en convocatorias de financiación con entidades públicas y creación de convenios con otras organizaciones.

A pesar de los problemas de conexión a internet, la emisora transmite sus contenidos por Facebook y un streaming gratuito alcanzando mayor cobertura (incluso a nivel internacional).

Resultados grupos focales

ARMERO

Imagen 2. Grupo focal con residentes de Armero



Fuente: foto tomada por los autores

La radio es importante para informarse de los hechos del municipio, como compañía de las actividades diarias con su programación musical, espacios de salud y el noticiero. El interés de participar en la emisora es alto, les interesa aprender a crear programas y capacitarse, en especial a la población joven que no tiene muchas oportunidades laborales y de estudio superior en el municipio, esto les permitiría aprovechar su tiempo libre.

Frente al uso del internet, sintonizan la emisora por el dial FM o por las diferentes plataformas, sin embargo, la conexión a internet es limitada, lo que les impide hacer sus actividades cotidianas con productividad.

RIOBLANCO

La emisora tiene reconocimiento en el municipio y da sentido de pertenencia a lo local. Es importante vincular más personal para creación de contenidos y el fortalecimiento digital. Existe interés de participar en la creación de contenidos para la emisora, siempre que esto les permita acceder a una oportunidad laboral en el municipio.

El servicio de internet no es bueno, afectando las actividades laborales y académicas. Se puede obtener mejor servicio si se adquiere el servicio satelital, pero su costo es muy elevado.

Etnografía digital

Presentamos a continuación los resultados más importantes por cada municipio, junto a algunas acciones de mejora que se proponen para que las emisoras comunitarias o investigadores puedan implementar y mejorar a futuro estos medios comunitarios.

Imagen 3 Resultados Alpujarra

Etnografía Alpujarra Samán Stereo 102.5 FM



Saman Stereo
102.5 fm

Creado el 30 de octubre de 2018, tiene 2780 seguidores. Actualmente comparte publicaciones de otros medios de comunicación y espacios virtuales generados por la emisora pero no aparecen disponibles para visualizar.

Tiene pocos contenidos alojados, incluye fotos de eventos realizados en años anteriores. Las interacciones son a partir de los programas que se emitían en la emisora.



Contiene información básica sobre la emisora y transmisión en vivo de lo que se emite por el dial 102.5 FM. No aloja contenido adicional producido para la plataforma.



Blogger

Creado el 29 de abril de 2014, actualizado el 17 de mayo de 2014. Tiene poca información sobre la emisora. Es una página informativa y no tiene enlaces para escuchar la emisora virtual.

Se recomienda diseñar toda una estrategia de comunicación digital que permita la creación del sitio web, así como una página en Facebook y redes sociales que ayuden a la interacción y comunicación de contenidos de la estación radial.

**Acciones de
Mejora**

Fuente: elaboración propia

Imagen 4. Resultados Armero

Etnografía Armero

Armero FM Stéreo 92.7 FM



El portal está dirigido a oyentes actuales y potenciales, dónde se puede escuchar online la transmisión en vivo del dial. Se adaptada para diferentes pantallas e incluye notas informativas publicadas más o menos periódicas, pero no tiene espacios para que el visitante participe o produzca contenidos.

Se encuentran vínculos a Facebook y YouTube, pero estos no tienen contenidos. En el portal no se encuentra publicada la parrilla de programación. Las pruebas de usabilidad evidencian la dificultad de pasar de los espacios, en especial regresar a la página principal.

Es necesario que pensarse en estrategias de comunicación digital, que permitan no solamente crear contenidos radiales, sino alimentar la página web con notas informativas más constantes. Además, poder articular redes sociales para tener mayor cobertura y usarlas como otra plataforma para transmitir los programas.

Acciones de Mejora

Fuente: elaboración propia

Imagen 5. Resultados Espinal

Etnografía Espinal Espinal Estéreo 95.1 FM



La Fan Page de Facebook se creó el 3 de junio de 2017. Sus publicaciones se refieren a algunos contenidos de la parrilla de programación, con los cuales hacen en vivos desde la cabina radial y un espacio digital que se produce fuera de la emisora y sale al aire por los 95.1 F.M. Sin embargo, no hay más publicaciones en la página y no se responden muchos de los comentarios realizados por sus seguidores.

Tienen 2.804 seguidores, los que participan en las publicaciones, reportando sintonía, exponiendo quejas, enviando saludos, planteando temas de interés colectivo y local.

Se recomienda la formación del equipo periodístico en producción de contenidos trasmedia en términos técnicos, storytelling, uso y apropiación de plataformas, gestión de comunidades digitales, personalización del medio, moderación en redes. Adicionalmente, sería pertinente trabajar talleres de periodismo con temas de géneros, manejo de fuentes, ética, desinformación. Sería ideal, aprovechar más la Fan Page y que tuvieran su página web con audio en vivo. Es decir, se requiere toda una estrategia digital.

**Acciones de
Mejora**

Fuente: elaboración propia

Imagen 6. Resultados Natagaima

Etnografía Natagaima Haca Yu Macu 106.0 FM



Por aspecto, la página tiene buen diseño, se presume puede ser contratado. La página se encuentra desactualizada y no presenta ningún texto como clips, audios, o podcast; solo despliega dos pestañas: Programas y Programación, mediante las cuales se registra el listado de programas sin posibilidad de escucharlos, sumado a que la señal en vivo no funciona y los botones de las redes sociales: Facebook, Twitter y Gmail + tampoco tienen textos auditivos. La emisora solo puede ser escuchada vía internet a través de otras páginas web como: www.colombia.com.

Es importante empezar a actualizar la página web con más contenidos, aprovechar el potencial periodístico del que se ha destacado el medio para empezar a publicar en esta página. Se hace necesario capacitar al personal vinculado en periodismo, gestión de plataformas digitales y creación de contenidos audiovisuales para alimentar la página y el fan page de Facebook, al que no se le ha dado mucho uso.

**Acciones de
Mejora**

Fuente: elaboración propia

Imagen 7. Resultados Planadas

Etnografía Planadas Musicalia Stéreo 106.0 FM



Al tener alojado el streaming en la plataforma Colombia Emite, la emisora no puede realizar muchos cambios, debe adaptarse al diseño establecido por la web. La emisora no cuenta con una página web propia.

La página web es estática, pues no cuenta con una temporalidad establecida de publicaciones, su usabilidad es inapropiada, la tipografía es genérica y con un tamaño pequeño; la distribución es adecuada, sin embargo, no posee diversidad de recursos multimedia, ni de hipertexto; su plataforma sólo está diseñada para la web y no tiene variedad de recursos para la retroalimentación e interactividad.

Su página en Facebook publica notas y comparte de otros medios, pero no es muy constante estas publicaciones.

Es necesario que la emisora cree una página web propia donde pueda alimentarse con sus notas periodísticas realizadas, tener información de sus programas y de la emisora (información institucional). Por otro lado, mejorar el uso de su Fan Page de Facebook para mejorar su cobertura y alcance.

**Acciones de
Mejora**

Fuente: elaboración propia

Imagen 8. Resultados Rioblanco

Etnografía Rioblanco Rioblanco Estéreo 95.0 FM



La emisora comunitaria Rioblanco Estéreo, actualmente no posee una página web propia. Sin embargo, su forma de llegar a los diferentes residentes y personas del municipio que no se encuentran en él, es utilizando principalmente una página en Facebook. Tienen 2787 seguidores y 2227 likes. La mayoría de estos usuarios que siguen la emisora son residentes de la localidad, algunos residentes y otros ya radicados en otras partes del país.

La emisora tiene cuenta en Instagram con el usuario @rioblancostereo y la primera publicación publicada data del 8 de septiembre de 2019.

Para transmitir en vivo, está alojada en la web Radio Stream. En este espacio encontramos una breve descripción del municipio de Rioblanco, de la emisora, un widget para insertar comentarios que provienen de Facebook y un espacio de chat que no se utiliza.

En Facebook sería importante tener información de los realizadores y colaboradores de la página. Aprovechar esta plataforma para transmitir en vivo más programas de su parrilla. Es importante hacer un estudio de audiencia y mercado para evaluar si Instagram y otras redes sociales son necesarias para la emisora o dedicarse integralmente a Facebook. Por último, vincular personal y capacitar en comunicación digital y producción audiovisual para sus contenidos en video e imagen.

**Acciones de
Mejora**

Fuente: elaboración propia

Conclusiones

CONCLUSIÓN DE LA CARTOGRAFÍA SOCIAL

La radio comunitaria es esencial para producir y reproducir la cultura local, así como para visibilizar y apoyar organizaciones de base, integradas, entre otros, por víctimas de la violencia, mujeres, jóvenes, defensores del medio ambiente. Es decir, se trata de un espacio fundamental para ampliar el acceso democrático a los medios por parte de diferentes sectores en los municipios donde operan y, de esta manera, visibilizar sus problemáticas, identidades e intereses.

Son medios que favorecen la expresión y la participación, cuyo trabajo está enfocado en visibilizar a quienes han estado excluidos como grupos marginados en el casco rural y urbano, especialmente comunidades alejadas de las ciudades. Además, las audiencias se animan a hacer parte de los contenidos de tal manera que el relato local se va volviendo más sólido; en el caso del Tolima también hay un aporte a la convivencia pacífica. Cuentan con la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, indispensable para la modernización de sociedades tradicionales. Son pilares para la transformación social, el fortalecimiento de la ciudadanía y la democratización de la comunicación, en la medida en que están al servicio de la sociedad civil.

En cuanto a la sostenibilidad económica poseen dificultades ya que al ser medios sin ánimo de lucro e independientes, conseguir financiación ha sido uno de los retos que han mitigado a través del apoyo comunitario, el apoyo de instituciones públicas y no gubernamentales, así como la venta de servicios y la pauta publicitaria. La radio comunitaria cuenta con acceso a internet de baja calidad, la velocidad de conexión y almacenamiento es precario, lo que confirma lo expuesto en el informe de la Unesco (2014) respecto a la brecha digital entre las ciudades y las localidades de la periferia o zonas rurales.

CONCLUSIÓN DE LAS ENTREVISTAS Y LOS GRUPOS FOCALES

Las rutinas periodísticas para la producción de contenidos análogos y digitales se ajustan a los contextos locales, de tal manera que trabajan con la agenda invertida, pues la comunidad tiene impacto al seleccionar las temáticas que se han de abordar en los diferentes espacios de la parrilla de programación de la radio comunitaria. Frente a la producción digital hay un volcado de los contenidos que emiten a través de su señal análoga e inician trabajo de narrativa transmedia que se ve frenado en la medida en que carecen de formación y experiencia en gestión de comunidades, construcción de relato para plataformas *microbloggin* y expansión de la historia en la web. Lo anterior sumado a las deficiencias en el acceso a internet, así como a la calidad del mismo; el sector más afectado es el rural.

Frente a las fallas en el funcionamiento y sostenimiento de la radio comunitaria están relacionadas con la normatividad existente, ya que no les brinda un escenario de apoyo y crecimiento sino de cumplimiento de compromisos económicos, en desventaja con los medios comerciales, y parámetros técnicos. Al estar resolviendo lo urgente como pagos de impuestos y mantenimiento de equipos, aspectos como ampliar mucho más el escenario participativo por parte de la comunidad se quedan en la fase de producción de contenidos y poco en la gestión que conlleve a la sostenibilidad económica de los medios comunitarios. Sin embargo, han venido realizando una labor muy importante en ampliar la esfera pública y en generar conversación local en torno a las problemáticas, luchas, necesidades y bondades del territorio. Asimismo, existe una esperanza en el gobierno actual y las nuevas políticas para el fortalecimiento de dichos medios y dar el salto al ámbito digital donde tienen una audiencia potencial y amplias posibilidades económicas.

CONCLUSIÓN DE LA ETNOGRAFÍA DIGITAL

La calidad de sus plataformas tiene deficiencias ya que los productores no cuentan con formación en este tema y, en consecuencia, ejecutan su

trabajo a partir de ensayo y error. Tampoco conocen las dinámicas de las plataformas digitales, por lo que tienen contenidos desactualizados y poco interactúan en los foros. Sus recursos tecnológicos e interactivos son muy básicos, pues los ingresos y rendimientos económicos son limitados, no disponen de recurso humano calificado y todo ello afecta el trabajo en la web.

Respecto a las formas en que el usuario puede acceder y participar en el proceso de gestión, producción y control de contenidos, estas también son limitadas. Hay acceso a la producción de programas, sin embargo, hay carencias en términos de formación en medios de comunicación análoga y digital, debido a la brecha económica, educativa, social y digital en los municipios.

La radio comunitaria tiene un rol muy importante para las comunidades locales, puesto que se convirtieron en un puente donde se generan diálogos que fortalecen la ciudadanía y la democracia. Dados los retos del ecosistema digital contemporáneo, urge que dichos medios tengan las herramientas necesarias para llevar sus contenidos a diferentes plataformas *online* y *offline* y, asimismo, continúen integrando a las audiencias.

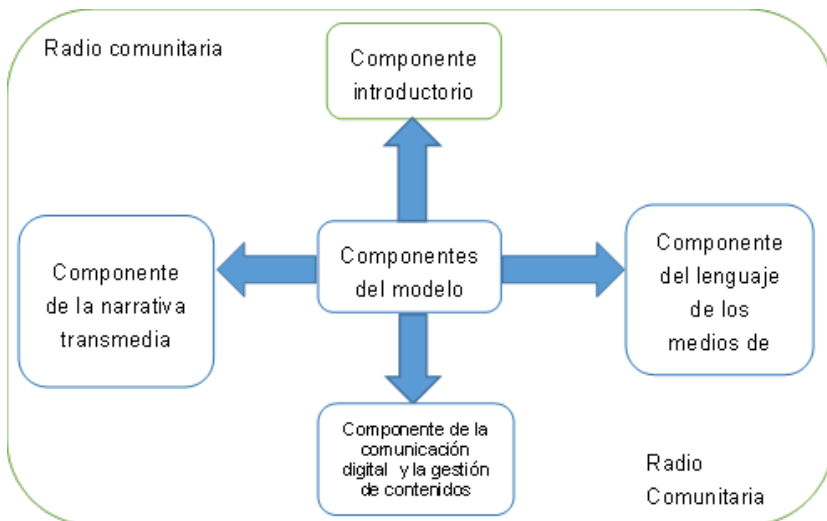
La pandemia evidenció las diferencias en el acceso y, sobre todo, velocidad de internet, lo cual debe fomentar el debate sobre la calidad del servicio que se ofrece en municipios pequeños y zonas rurales, alejadas de Ibagué, capital del departamento. Se aspira que con la Ley 1978 de 2019 de fomento de las TIC las televisiones comunitarias puedan llevar internet a estos sectores, siempre que el gobierno nacional haga efectivos los incentivos prometidos.

Aunque se ha hablado de la falta de apoyo de las instituciones para garantizar el funcionamiento y sostenimiento de los medios comunitarios, es cierto que hay errores administrativos de las comunidades organizadas, encargadas de la operación de la radio comunitaria, los cuales se deben subsanar mediante capacitaciones y acompañamientos legales. Por eso, el grupo líder de esta investigación considera

conveniente que, como apoyo a esta labor, se debe diseñar una estrategia de formación transmedia para la radio comunitaria que no sólo corrija estas equivocaciones, sino que estimule la producción propia de contenidos y garantice la permanencia de estos medios de proximidad en el futuro.

La estrategia de formación transmedia parte del diagnóstico, experiencias y expectativas de productores, directores y audiencia de la radio comunitaria que participaron en este estudio. La propuesta ofrece una combinación de trabajo teórico práctico sobre las posibilidades de la narración transmedia, como herramienta fundamental en un escenario donde el conocimiento es el principal elemento para el desarrollo productivo y social de las regiones.

Imagen 9. Modelo de formación transmedia para la radio comunitaria del Tolima, Colombia

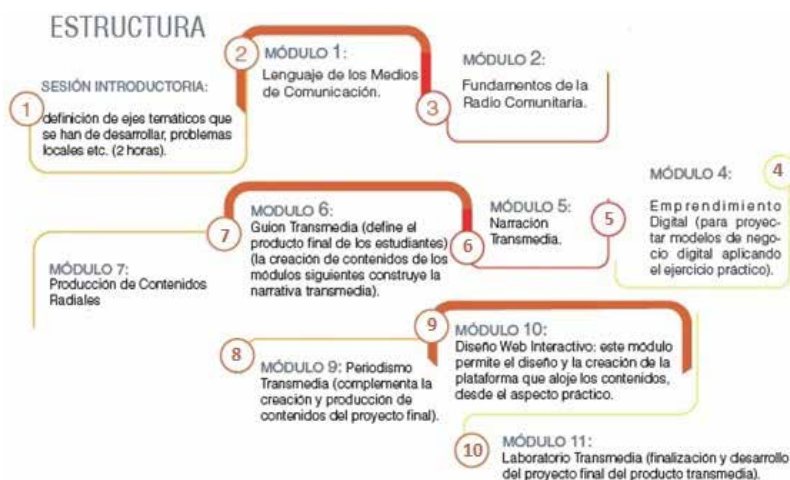


Fuente: elaboración propia

La estrategia está integrada por cinco componentes: el componente *introductorio*, en el que se muestran los ejes temáticos y los objetivos de la formación y producción transmedia; el componente del *lenguaje*

de los medios de comunicación, en el que se presentan las características e hibridaciones del sistema radial, así como los fundamentos de la radio comunitaria; el componente de la *comunicación digital*, que supone el paso de la producción analógica a la digital para este medio de proximidad, con el uso de herramientas convergentes y énfasis en el emprendimiento digital y gestión de contenidos; el componente de la *narrativa transmedia*, que incorpora el lenguaje de la comunicación digital con sus elementos convergentes para para la producción expandida de contenidos de la radio comunitaria, aprovechando el consumo de distintos grupos generacionales en diversas plataformas y soportes.

Imagen 10. Estructura de contenidos



Fuente: elaboración propia

Bibliografía

- Barajas, K. B., y Carreño, N. P. (2019). Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo onlife. *Virtualis*, 10(18), 134–151. Disponible en <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/view/287/305>
- Barragán-León, A. N. (2019). Cartografía social: lenguaje creativo para la

- investigación cualitativa. *Sociedad y Economía*, 36, 139–159. Disponible en <https://doi.org/10.25100/sye.v0i36.7457>
- Colmenares, A. M. y Piñero, M. L. (2008). *La Investigación Acción. Una herramienta metodológica heurística para la comprensión y transformación de realidades y prácticas socio-educativas*. Laurus, 14(27), 96–114.
- Congreso de la República de Colombia (2017). *Ley 1834 de 2017 Ley de Fomento de la Economía Creativa y Ley Naranja, Ley de Economía Naranja*. Disponible en <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/col169219.pdf>
- Fundación para la Libertad de Prensa. (2017). *El periodismo local se extingue en Colombia*. Disponible en <https://flip.org.co/cartografias-informacion/>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. Edición). McGraw Hill. DOI <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Jensen, K. B. (2014). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. En K. B. Jensen (Ed.) *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa* (pp. 385–410). México: Fondo de Cultura Económica. DOI <https://doi.org/10.1192/bjp.112.483.211-a>
- Levy, G. (2018). *Entendiendo y dimensionando la narrativa transmedia*. Disponible en <https://andinalink.com/entendiendo-y-dimensionando-la-narrativa-transmedia/>
- Mesa Galicia, M. (2014). *Participación ciudadana y nuevas territorialidades en la emisora comunitaria Musicalía 106.0 F.M. de Planadas (Tolima): estudio de caso*. Ibagué, Colombia: Universidad del Tolima.
- Ministerio de las TIC (2019). *Ley 1978 de 2019 Ley de Fomento de las TIC (Colombia), MinTic*. Disponible en: [https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY 1978 del 25 de julio de 2019.pdf](https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201978%20del%2025%20de%20julio%20de%202019.pdf)
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Londres: Sage.
- Orihuela, J. y Santos, M. (1999). *Introducción al diseño digital: concepción y desarrollo de proyectos de comunicación interactiva*. Barcelona: Anaya Multimedia, S.A.
- Schutt, R. K. (2019). *Investigating the Social World: the Process and the Practice of Research*. Ninth Edition. Sage.
- Soler, P. (2011). La investigación cualitativa, un enfoque integrador. En Vilches, L. *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital* (pp. 184-236). Barcelona: Gedisa.

Potencialidad del espacio público proletario / contra hegemónico en los intersticios del espacio público burgués: producción y circulación de contenidos de comunicación comunitaria

Potential of proletarian public sphere / in the interstices of the bourgeois public space: production and circulation of community communication content

Potencialidade do espaço público proletário/ counter-hegemonic nos interstícios do espaço público burguês: produção e circulação do conteúdo da comunicação comunitária

NIDIA CRISTINA ABATEDAGA

SANTIAGO BONACCI

MARÍA ORDOÑEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA. (ARGENTINA)

Resumen: Se presentan aquí resultados parciales del estudio realizado por el equipo de investigación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina, que estudia narrativas de medios masivos y organizaciones no mediáticas destinadas al espacio público mediado tecnológicamente, para analizar las dinámicas que desarrollan diferentes esferas públicas: burguesas hegemónicas y proletarias o contra esferas, en el espacio público de principios de siglo XXI. El estudio indaga en las condiciones de posibilidad,

tanto externas como al interior de las diferentes organizaciones estudiadas, que existen para la emergencia de la actual configuración de narrativas provenientes de diferentes ámbitos, que disputan sentidos y luchan por la apropiación de recursos, con desiguales posibilidades.

Asumimos que actualmente hay diversidad de productores de contenidos que proponen formas distintas de sociabilidad y generan espacios germinales de contra esferas públicas que reticularmente pueden vincular experiencias contra hegemónicas. Se analizaron procesos laborales y diferentes modalidades que asume el trabajo de diversos productores de contenidos, las características de las narrativas, el impacto estimado en las audiencias y la capacidad para fijar agenda e incidir en otros medios. La investigación realizó entrevistas en productores de contenidos de organizaciones estructuradas en 4 categorías, tres de ellas conforme define los prestadores la Ley de SCA (26.522) y una más, que corresponde a las organizaciones no mediáticas que también elaboran narrativas para el espacio público. El abordaje desarrolla lecturas comparativas de dimensiones en los diferentes tipos de organizaciones a los efectos de observar diferencias y coincidencias e inferir de ellas las características de la emergencia de contra esferas que disputan sentidos dentro del espacio público.

Palabras clave: espacio público, esferas públicas proletarias, comunicación comunitaria

Abstract: We present partial results of the study developed by the research team of the Faculty of Communication Sciences, National University of Córdoba, Argentina, which analyzes narratives of mass media and non-media organizations aimed at the technologically mediated public space, to analyze the dynamics are presented here. that develop different public spheres: hegemonic and proletarian bourgeois or counter spheres, in the public space of the beginning of the 21st century. The study investigates the conditions of possibility, both external and within the different organizations studied, that exist for the emergence of the current configuration of narratives from different

areas, which dispute meanings and fight for the appropriation of resources, with unequal possibilities. We assume that there is currently a diversity of content producers who propose different forms of sociability and generate germinal spaces of counter public spheres that can reticularly link counter-hegemonic experiences. Work processes and different modalities assumed by the work of various content producers, the characteristics of the narratives, the estimated impact on the audience and the ability to set an agenda and influence other media were analyzed. The research conducted interviews with content producers from organizations structured into 4 categories. Three of them are defined by the SCA Law (26.522) and one more, which corresponds to non-media organizations that also prepare narratives for public space. The approach develops comparative readings of dimensions in the different types of organizations in order to observe differences and coincidences and infer from them the characteristics of the emergence of counter spheres that dispute meanings within the public space.

Keywords: public spheres, proletarian public spheres, community media

Resumo: Apresentam-se aqui resultados parciais do estudo realizado pela equipe de pesquisa da Faculdade de Ciências da Comunicação, Universidade Nacional de Córdoba, Argentina, que analisa narrativas de mass media e organizações não mediáticas destinadas ao espaço público mediado tecnologicamente, para estudar as dinâmicas que desenvolvem diferentes esferas públicas: burguesas hegemônicas e proletárias ou contra esferas, no espaço público do início do século XXI. O estudo investiga as condições de possibilidade, tanto externas quanto dentro das diferentes organizações estudadas, que existem para o surgimento da atual configuração de narrativas provenientes de diferentes âmbitos, que disputam sentidos e lutam pela apropriação de recursos, com possibilidades desiguais. Partimos do pressuposto de que atualmente uma diversidade de produtores de

conteúdos que propõem formas diferentes de sociabilidade e geram espaços germinativos de contra-esferas públicas que podem vincular reticularmente experiências contra hegemônicas. Foram analisados os processos de trabalho e as diferentes modalidades assumidas pelo trabalho dos diversos produtores de conteúdos, características das narrativas, o impacto estimado na audiência e a capacidade de marcar uma agenda e influenciar outras mídias. A pesquisa realizou entrevistas com produtores de conteúdo de organizações estruturadas em 4 categorias. Três deles definidos pela Lei SCA (26.522) e mais um, que corresponde a organizações não midiáticas que também elaboram narrativas para o espaço público. A abordagem desenvolve leituras comparativas de diferentes tipos de organizações a fim de observar diferenças e coincidências e delas inferir as características do surgimento de contraesferas que disputam significados no espaço público.

Palavras-chave: espaço público, esferas públicas proletárias, comunicação comunitária

Introducción

El equipo de investigación que desarrolla la indagación¹ tiene por objeto de interés el ámbito específico en que se cruzan dos dimensiones de la realidad actual, por un lado, las características que asumen diferentes formas de organización del trabajo (asalariado/autogestionado) que producen contenidos destinados a la esfera pública y las identificaciones que posibilita. Por otro lado, estudiamos las modalidades que asumen las redes de distribución y circulación de contenidos en el espacio público tecnológicamente mediado, con la idea de discutir la clásica noción de esfera pública burguesa y de analizar las condiciones

1 Proyecto de Investigación Categoría Consolidar “3” Financia Secyt UNC. Área: Ciencias Sociales y Política. Título: *Comunicación y trabajo en el espacio público: praxis comunicativa e identidades laborales de organizaciones mediáticas y no mediáticas autogestionadas*. Periodo 2018/22

de posibilidad que las nuevas tecnologías habilitan para la emergencia de espacios públicos proletarios o contra esferas.

Nos propusimos como objetivo analizar cualitativa y cuantitativamente la producción de contenidos multiformatos, las estrategias de visibilización de colectivos de trabajadores y las narrativas de medios de difusión en entornos digitales en la provincia de Córdoba. Este objetivo se encuentra atravesado por una preocupación centrada en el trabajo y fue considerado en un contexto donde producción, circulación y consumo de contenidos de comunicación, de organizaciones mediáticas y grupos laborales no mediáticos que tienen incidencia en la esfera pública, estuvieron influidos por la reestructuración laboral evidenciada en la sociedad argentina en las últimas décadas, el incremento en la precarización del trabajo formal y las relaciones laborales informales (AAVV, 2008).

En virtud de la trascendencia social de las tecnologías de comunicación e información en nuestra sociedad actual y las nuevas formas de relacionamiento que algunos sujetos colectivos, organizaciones sociales y medios masivos protagonizan, hipotetizamos que existen formas novedosas de producción y circulación de contenidos en el espacio público que podrían incidir en modos emergentes de sociabilidad y de trabajo en el ámbito de la producción cultural, que tratamos de caracterizar en esta primera etapa.

Se presenta aquí una caracterización parcial de las modalidades que asumen los procesos de producción, circulación y distribución de narrativas en el espacio público, haciendo foco en aquellos grupos que muestran interés por disputar sentidos dominantes, visibilizando experiencias no hegemónicas y apelando a mejorar la redistribución material de recursos disponibles.

A través de esta caracterización se propone reconocer las condiciones de posibilidad que ofrecen estas narrativas, con potencial para conformarse en múltiples contra esferas que disputen sentidos hegemónicos en el espacio público.

Metodología

Los resultados pertenecen a una primera etapa de la investigación realizada con una metodología cualitativa en la que se realizaron entrevistas para indagar diversas dimensiones de análisis relacionadas con la producción de contenidos para el espacio público.

La selección de casos se hizo sobre la base de un muestreo teórico no probabilístico y se dividió el universo de productores de contenidos institucionalizados² en 4 conglomerados, organizados a partir de las divisiones de prestadores tomadas de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (N° 26522): de gestión privada con fines de lucro; de gestión privada sin fines de lucro; de gestión pública/semi pública; y a esto se agregó una cuarta categoría, conformada por organizaciones de gestión horizontal que elaboran contenidos institucionales para ser colocados en el espacio público.

El relevamiento se realizó a través de técnicas de entrevistas mediante la aplicación de un cuestionario en Google Forms que se implementó de manera personalizada a los cincuenta productores que elaboran narrativas para el espacio público y que utilizan institucionalmente soportes diversos para lograr visibilidad en el espacio público.

Los ámbitos de pertenencia de los entrevistados, que se sabía de antemano eran múltiples, se categorizaron en función del grado de importancia atribuida por el trabajador. Las respuestas se tomaban en referencia al trabajo principal (por tiempo dedicado y/o por ser la fuente principal de ingreso) y no al secundario o complementario.

Debido a que las entrevistas se implementaron en su mayoría antes de

2 Se establecieron como categorías excluyentes para seleccionar los entrevistados, que produjeran narrativas de carácter informativo (no se incluyeron productores de narrativas de entretenimiento, ni propagandísticas, ni publicitarias, ni de campañas educativas). Además, debían ser narrativas mediadas por tecnología de información y de comunicación (se excluyeron narrativas presenciales o cara a cara). También las narrativas debían ser elaboradas de manera institucional, es decir, se excluyeron todas las producciones de carácter personal.

la pandemia, cuando no presagiábamos su irrupción y el incremento exponencial del protagonismo de la tecnología relaciones sociales en general, decidimos recuperar la información significativa y vigente en algunas dimensiones relevadas y las analizamos según su relevancia para el proceso informativo. A la vez se hicieron repreguntas a algunos entrevistados en 2020 y 2021, para actualizar contenidos y reconocer diferencias o valores constantes en las prácticas productivas.

Las dimensiones centrales que se presentan aquí muestran las distintas modalidades laborales de productores de contenidos de medios masivos y organizaciones no mediáticas bajo diferentes formas de gestión, las características de los distintos ámbitos y relaciones laborales; recursos, equipos y tecnología utilizada en diferentes soportes; temas, tratamiento y agenda pública; receptores y vinculación con el espacio público.

Marco conceptual

Entendemos que el estudio cualitativo de diversas narrativas que circulan en el espacio público proporcionan pistas acerca de la posibilidad de reconocer la emergencia de nuevas formas de sociabilidad y la inminente aparición de contra esferas públicas o esferas proletarias que reticularmente vinculen ámbitos y experiencias contra hegemónicas.

Cuando nos referimos a la noción de espacio público, no aludimos al concepto de espacio público burgués que propusiera Habermas, sino que tomamos las ideas de Negt y Kluge (Hansen,1993) y las críticas que le realizaran John Thompson (1996) y Nancy Fraser (1999), en base a las cuales consideramos que este ámbito tiene un significado más amplio, crítico y dilemático del que propusiera aquel.

Negt y Kluge redefinen el concepto de lo público partiendo de una situación dominada por la producción industrial y las formas electrónicamente mediadas de publicidad, cuyo funcionamiento devela: “una mezcla inestable de los diferentes tipos de publicidad; un sitio

de confrontación discursiva para y entre agrupaciones múltiples, diversas y desiguales; un proceso potencialmente imprevisible debido a las superposiciones y las conjunciones entre los diferentes tipos de publicidad y de los diversos públicos” (Hansen; 1993, p.26-27).

Creemos que la función política de la esfera pública, bajo la forma de una esfera pública auto-determinada, evidencia la potenciación de grupos hasta entonces excluidos, así como la producción y circulación de contra conceptos, de las variantes burguesas e industrial-comercial, denominados esfera pública “proletaria” (Hansen, 1993). La noción de contra-esfera es un fenómeno específicamente moderno, contemporáneo a la publicidad burguesa industrial-capitalista, que ofrece formas de solidaridad y reciprocidad en clave de experiencias mediatizadas, complementarias de relaciones cara a cara.

Así, la esfera pública como un horizonte para la organización de la experiencia social, puede implicar la existencia de contra-públicos múltiples, potenciales núcleos para la organización alternativa de la sociedad, que disputan las normas excluyentes del público burgués elaborando estilos de comportamiento político alternativos y formas alternativas de expresión pública (Fraser, 1999).³ Los contra-públicos pueden protagonizar la política, entendida en los términos de Rancière, no como asunto de vínculos entre los individuos y de las relaciones entre éstos y la comunidad, sino que compete a una cuenta de las “partes” de la comunidad, por la cual, según la cuota o el valor que aporta, obtiene el derecho a poseer una parte del poder común. La política comienza donde se reparten las partes de *lo común* (Rancière, 2007). No hay política simplemente porque los pobres se opongan a

3 En el análisis que realiza Nancy Fraser al discutir la noción de espacio público burgués que propuso Habermas, afirma que el público burgués nunca fue el único. “Al contrario, casi contemporáneamente con la constitución del público burgués surgieron una plétora de “contra-públicos” rivales, incluyendo públicos nacionalistas, públicos campesinos populares, públicos de mujeres de élite, y públicos proletarios. Entonces, existieron diferentes públicos compitiendo entre sí desde el inicio, y no solamente en la parte final del siglo 19 y en el siglo 20, como entiende de Habermas.

los ricos, sino que es la política (en tanto interrupción de los meros efectos de la dominación de los ricos), la que hace existir a los pobres como entidad. La política existe cuando el orden natural de la dominación es interrumpido por la institución de una parte de los que no tienen parte (Rancière, 2007).

Estos contra públicos constituyen la política a partir de la interrupción de discursos dominantes descalificatorios que circulan en el espacio público, por medio de auto narraciones que proponen instalar identidades – otras, diferentes de las asignadas por medios hegemónicos en el espacio público mediático. En esto colaboran los espacios que se abren bajo formas virtuales, como también los medios comunitarios y/o alternativos.

Para Negt y Kluge la contra esfera no es tanto un sitio como un proceso donde conviven estructuras organizativas desiguales, condiciones impredecibles y acontecimientos aleatorios; situaciones permeables a la aparición de formaciones alternativas, donde los intereses colectivos pueden organizarse. Sostienen que han surgido en el pasado casos rudimentarios y efímeros de una esfera pública proletaria, en las fisuras, las superposiciones y los intersticios de procesos históricos no lineales. Por otro lado, “el concepto de una esfera pública proletaria se puede construir discursivamente a partir de la negación sistemática de los esfuerzos hegemónicos de suprimir, fragmentar, deslegitimar o asimilar cualquier formación de públicos que provengan de una organización alternativa y autónoma de la experiencia”. En la práctica, la contra esfera local, electrónica y basada en la participación consiste en la organización de medios de producción diferente, alternativa, que permita elaborar “contra producciones” dentro de una práctica de medios alternativos que intervengan en la esfera pública contemporánea. (Hansen, 1993).

Por otro lado, consideran que la recepción es una actividad que puede reapropiarse y que no todos los contra públicos son iguales o proceden de las mismas condiciones de subalternidad (Hansen, 1993).

Tomando estos autores, consideramos que la esfera pública se constituye en horizonte para la organización de la experiencia local, dado que influye en la reproducción en contextos de la vida cotidiana bajo una forma auto determinada. Sin embargo, en la actualidad, dada la fragmentación de la experiencia de grupos sociales debida a formas tecnológicas de producción industrial, se plantea que está en juego la posibilidad misma de hacer conexiones y un trabajo relacional de transmisión de la experiencia (Negt y Kluge, 1973).

De allí que entendemos que las prácticas de elaboración de autonarraciones informativas para el espacio público que permitan establecer redes de relación entre organizaciones subordinadas con intereses similares, pueden crear las condiciones de posibilidad de conformación de contra esferas o esferas proletarias que promuevan narrativas contra hegemónicas.

El equipo realizó un análisis cualitativo previo de la situación interna de las distintas categorías de organizaciones durante 2018 y 2019, que permitieron reconocer los procesos de subjetivación colectiva desarrollados por los grupos de productores, a partir de las estrategias por las cuales procuran otorgar visibilidad a las actividades que desarrollan.

Entendemos que las configuraciones subjetivas de los grupos de productores suponen analizar las relaciones entre el Afuera (relaciones de fuerza contextuales) y el Adentro de las organizaciones, en los bordes (Kaplún, 2000). En tanto campo en sí mismo, los bordes son el lugar donde las organizaciones concentran autonarrativas identitarias destinadas a neutralizar identificaciones descalificantes del Afuera, del espacio público que emiten medios hegemónicos y en ocasiones el Estado.

Las relaciones de fuerza del Afuera, que al plegarse produce subjetividad, se vuelven constitutivas del Adentro, para Deleuze “el pliegue es la subjetivación, el ser del sujeto” (1986). Por este motivo, focalizamos la atención en las autonarrativas identitarias que los colectivos diseñan, entendiendo que la realidad contextual, ese Afuera, a través

de la interacción discursiva (Abatedaga, 2013) constituye el Adentro produciendo identificaciones que deliberadamente se condensan en narrativas diseñadas para el espacio público.

En las narrativas identitarias también pudimos reconocer los motivos ideológicos centrales anunciados por Fraser (2008): unos grupos se aglutinan alrededor de discursos de justicia social que pretende una redistribución más justa de los recursos y la riqueza (reivindicaciones redistributivas) y otro que lucha por una política de reconocimiento donde se acepte la diferencia (política de reconocimiento).

Se presenta aquí un análisis comparativo de las modalidades que asume la producción de narrativas elaboradas para el espacio público, en tanto estrategias de visibilidad, elaboradas para reforzar características identitarias y disputar sentidos en el espacio público.

El estudio cuantitativo y cualitativo de procesos de elaboración de estas narrativas proporcionan pistas acerca de la posibilidad de reconocer la emergencia de nuevas formas de sociabilidad, y la inminente aparición de contra esferas públicas o esferas proletarias que reticularmente vinculen ámbitos y experiencias contra hegemónicos.

Producción de narrativas para el espacio público

Los entrevistados de los cuatro conglomerados indagados afirman tener productos digitales y ninguno de ellos produce narrativas sólo en medios analógicos.

Entre los productores de medios comerciales y públicos se advierte una mayor producción en soportes tradicionales (analógicos, transmisión por aire o cable) y de manera complementaria - sólo se suben después de difundidos por aquellos soportes - desarrollan contenidos en páginas web institucionales, combinadas con redes sociales de varios tipos; sólo una minoría maneja únicamente redes sociales. Radio Nacional Córdoba, durante 2021, difundió su programación habitual por aire y los productores manejaron redes sociales personales o específicas de los programas. La emisora comenzó después

del mes de julio a promocionar la radio por Instagram, Facebook, TikTok y YouTube.

Los medios sin fines de lucro, muestran el uso predominante y exclusivo de medios digitales y de gran variedad de opciones multiformatos que los soportes digitales proporcionan, aunque no significa que haya variedad de información ya que la mayoría de los entrevistados afirma que se difunden los mismos contenidos por diferentes redes sociales.

Por su parte, las organizaciones no mediáticas muestran dificultades para mantener una producción narrativa regular y constante. Muchos de los productos elaborados no tienen alcance ni frecuencia regular, sino que son de producción eventual: flyers, volantes y afiches para promocionar la celebración de un día del niño o la realización de una marcha.

Actualmente la tendencia indica que aún cuando se haya incorporado tecnología, eso no deriva necesariamente en una mejor calidad informativa. Desde el Ci.S.Pren.⁴ afirman que se ha transformado el negocio de las comunicaciones, y se advierte que las posibilidades que se abren desde lo digital no han constituido un complemento del contenido informativo de calidad. *“El trabajo de producción de contenido requiere desde la práctica, tiempo para trabajar en terreno, recursos para investigar, chequeo permanente de fuentes y diversidad de acceso a ellas, posibilidades de contextualizar antes de dar forma, comentar y publicar. Nada de eso se está profundizando”.*

De manera concomitante, existen grandes diferencias en las condiciones laborales de productores de narrativas. Los entrevistados de medios privados comerciales y de medios públicos, en un 80% de los casos son asalariados, en tanto los productores de medios sin fines de lucro en un 90% afirma ser autogestionado y la mitad de ellos se autodefinieron como “militantes”. Las organizaciones no mediáticas

4 Entrevista realizada a la Secretaria general del Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba. Julio 2021.

poseen la mitad de los trabajadores en esta condición (militante/ autogestionado).

La condición asalariada de los trabajadores, sumado a la preexistencia de infraestructura para la emisión informativa en soportes tradicionales y a que la principal fuente de ingreso de medios comerciales y públicos continúa siendo la pauta privada en espacios previstos de publicidad convencionales, se interpreta como condiciones retardatarias, que por inercia productiva provocan un acceso y uso tardío de soportes digitales para la producción informativa en medios comerciales y públicos.

En cambio, para los medios sin fines de lucro la carencia de infraestructura edilicia y tecnológica previa, el trabajo militante, autogestionado y la inestabilidad de ingresos para el mantenimiento de la producción, constituyen condiciones de posibilidad que sólo pueden concretarse en narrativas publicadas a través de tecnología de la información y comunicación, a las que deben acudir para tener presencia en el ámbito público. La tecnología digital, más que una oportunidad parece ser la única opción posible para visibilizar situaciones y reclamos; a la vez, produce diálogos internos para diseñar contenidos y estrategias que desmientan versiones hegemónicas, reforzando así rasgos de subjetivación colectiva.

También se observan las diferencias reconocibles en los modos de desarrollar el proceso de trabajo informativo. Mientras en medios comerciales y públicos los productores manifiestan realizar sus tareas con una clara división del trabajo, en medios sin fines de lucro y organizaciones no mediáticas asumen que hay una división de tareas relativizadas, dado que se desarrolla de manera combinada con modalidades colectivas o de tipo artesanal: *“hay personas que hacen productos de forma completa”*. Se advierten características predominantes de una división de tareas no fordista, ya que todos los casos deciden “conjuntamente qué publicar en cada ocasión” en reuniones o asambleas.

En medios privados comerciales y medios públicos afirman que los instrumentos de trabajo pertenecen a una entidad diferente a los trabajadores, en tanto, todos los productores de medios SFL y de organizaciones no mediáticas manifiestan que son de propiedad colectiva o personal, como parte de la lógica militante que tienen.

Entre un 75 y 80% de todos los entrevistados reconocen diferencias significativas en las condiciones de trabajo entre un medio digital y uno tradicional. Entre otros rasgos, destacan la inmediatez, diferencias en *“la forma de producir y el lenguaje”* y *“la longitud”* (extensión de las notas). Algunos trabajadores también afirman sentir mayor libertad en tanto otros refieren a una mayor precarización laboral en lo digital, una *“mayor exigencia laboral”*, a la vez reconocen que implica un importante *“cambio de dinámica”*. En todos los casos la renovación de los contenidos es diaria o 2 veces por día, lo que da cuenta del gran dinamismo de la información en medios digitales.

Acerca de si pretenden establecer agenda pública con los contenidos, tanto en medios comerciales como públicos un 60% de los casos respondió afirmativamente, en tanto para los trabajadores de medios sin fines de lucro esta intención crece al 100% de las respuestas, por lo que se advierte una intención más extendida de lograr una presencia pública fijando agenda y procurando instalar temas e interpretaciones.

Entre productores de organizaciones no mediáticas la mitad respondió que *“sólo a veces”* tienen la intención de establecer agenda pública y se advierte una intención predominante por *“visibilizar”* las cooperativas, *“los trabajadores excluidos”*. Estas intenciones son consonantes con las necesidades de publicar narrativas identitarias que disputen sentidos asignados por medios hegemónicos, que invisibilizan y degradan la imagen pública de estas organizaciones.

La mayor visibilidad facilita un mejor reconocimiento en el espacio público y con ello el acceso a recursos económicos. Por ejemplo, la Cooperativa de Carreros con el equipo de comunicación procura una identidad de *“trabajadores”* y no de *“vagos”* o *“maltratadores de*

animales” en su página web y en redes sociales. Con ello aspiran a que los vecinos los convoquen a llevar los restos de poda. Para las mujeres de A.M.M.A.R. Córdoba el reconocimiento como trabajadoras sexuales y no como “putas” realizado a través de publicaciones sistemáticas en medios digitales les da acceso a un trabajo sin arrestos callejeros y a controles sanitarios regulares.⁵

Estas estrategias iniciales de reconocimiento pueden interpretarse como un ámbito germinal sustancial que, al estilo del núcleo del buen sentido gramsciano, evidencia las condiciones de posibilidad para que proliferen contra esferas en disputa por los sentidos en el espacio público.

Respecto del porcentaje de temas que difunden de agenda propia, en los tres tipos de medios (públicos, comerciales y sin fines de lucro) coinciden en afirmar que sólo el 50% de los temas proviene de una agenda propia. En cambio, en las organizaciones no mediáticas se advierte una mayor dedicación a trabajar con agenda propia - el 70% de los entrevistados afirma tenerla - en virtud de la necesidad de visibilización del trabajo en las organizaciones.

Respecto de las fuentes que toman para informar, en el caso de los medios privados comerciales y públicos, todos los entrevistados afirman utilizar fuentes ajenas (otros medios) y además utilizan fuentes propias (corresponsales y entrevistas) en el 70%. Entrevistados de medios públicos consultan otras fuentes como portales web y medios comunitarios.

Los medios sin fines de lucro y organizaciones no mediáticas cuentan con escasas fuentes propias (12 %), aunque la consulta a otras fuentes es más diversificada: Red de Corresponsales Populares, ANRED, Red nacional de medios comunitarios, páginas de Murgas, ONGs,

5 Los análisis de las estrategias que implementaban estos grupos de trabajadores fueron desarrollados y publicados en <https://revistas.ucm.es/index.php/CGEN/issue/view/3475>

Bibliotecas populares. Las organizaciones no mediáticas, también se nutren de fuentes variadas - redes de colegas y organizaciones similares - y sin embargo mantienen la consulta predominante a otros medios y agencias, lo cual refuerza la hipótesis del efecto potenciador de las narrativas emitidas por medios masivos dominantes.

El valor de crear sinergia de temas y agendas dominantes reproducidos en diversos medios es resultado, además, de una clara política de invisibilidad por parte de las narrativas de los medios dominantes, que los medios sin fines de lucro denuncian y procuran neutralizar. En entrevistas cualitativas realizadas, se afirma que "... un socio (de la cooperativa) que trabaja en Radio Mitre, nos comenta que el sitio de La Nueva Mañana es el segundo sitio de información más visitado, después de La Voz del Interior... estaría bueno que nos citen"⁶.

Se advierte la tensión existente entre un espacio público mediatizado que presenta condiciones de posibilidad desfavorables para que circulen temas e interpretaciones discrepantes y las estrategias de medios sin fines de lucro y organizaciones no mediáticas para incrementar su presencia y densificar su capacidad de influir con agendas de narrativas contra hegemónicas.

Además, a nivel político-ideológico se evidencian las limitaciones impuestas por un mercado de narrativas informativas que se encuentra oligopolizado, y que pese a la multiplicidad de recursos tecnológicos disponibles para la difusión de noticias y a la proliferación de soportes digitales, conserva concentrada en pocas manos la imposición de agenda en el espacio público. El grupo de medios dominantes permanece proponiendo temas e interpretaciones y desarrolla mecanismos para impedir la divulgación de versiones alternativas o diferentes en la agenda informativa diaria. Esto se advierte en las respuestas de productores de medios comerciales y públicos, quienes en su totalidad afirman tomar y reelaborar críticamente la agenda de los medios hegemónicos para producir contenidos.

6 Entrevista a trabajadora de La Nueva Mañana

Sin embargo, a pesar de las tácticas de refuerzo de la hegemonía, se deben destacar las estrategias específicas que desarrollan los medios comunitarios que procuran ser reconocidos como alternativos, a través de producir *“información buscando fuentes y con elaboración propia”* y sosteniendo la producción en base a un trabajo militante regular y constante.

En relación a las condiciones económicas, aparecen diferencias claras en el acceso a fuentes de financiamiento regular y significativas para el desarrollo normal de la producción de contenidos entre diferentes tipos de gestión.

Los productores de medios públicos y comerciales afirman que los fondos para financiar los medios provienen de la pauta privada entre 75 y 80% de las respuestas, en tanto un 70% de los productores de medios sin fines de lucro manifiestan que los ingresos provienen de una combinación de pauta pública, privada y subsidios. Las organizaciones no mediáticas, en un 75% de las respuestas dicen que los ingresos predominantes provienen de subsidios y becas.

Las diferencias en el ingreso económico entre conglomerados de productores de contenidos consultados, también incide en el grado de autonomía con el que se reconocen respecto de la organización para la cual trabajan. Entre productores de medios privados el 40% afirma producir por decisión individual independiente del medio y otro 40% produce según la decisión editorial del medio⁷. En tanto entre los productores de medios públicos, un 70% relata que producen conforme la línea editorial del medio e incide de manera directa en los contenidos, ya que *“siempre está teñida por el partido político que gobierna. Se siente la respiración en la nuca. Tuve conflictos durante el kirchnerismo y el macrismo”*⁸.

El estudio realizado muestra una diferencia cualitativa interesante en el proceso decisorio acerca de qué temas publicar y desde qué

7 El 20 % restante no respondió la pregunta

8 Breves extractos de las entrevistas realizadas a productores de medios públicos

perspectiva hacerlo, cuanto agrupamos por un lado medios privados comerciales y medios públicos y por otro los modos en que se establece y mantiene la línea editorial en medios sin fines de lucro y en organizaciones no mediáticas.

En este último agrupamiento la autonomía no parece subsumirse a una autoridad centralizada y con dirección descendente, como ocurre con los trabajadores de medios comerciales y públicos, sino que prevalecen los acuerdos colectivos. Productores de organizaciones no mediáticas afirman que *“los temas a abordar y las publicaciones a producir son consensuadas respecto a la agenda de la organización y a la necesidad de visibilización”*⁹. De manera consonante los de medios sin fines de lucro conciben su trabajo *“con mucha autonomía, de acuerdo a los criterios editoriales acordados colectivamente”*¹⁰.

Respecto de las limitaciones en la producción de contenidos, en el caso de productores de medios privados la mitad refirió a límites en la vigencia (caducidad temporal), en cambio en los medios públicos, casi el 80% habla de límites político-ideológicos, consonante con la escasa autonomía que manifestaron: *“Con el cambio de gestión se me cambiaron tareas y roles”* *“mis opiniones y propuestas son tamizadas por ideologías”*¹¹.

En el caso de los medios sin fines de lucro, al igual que en organizaciones no mediáticas, prevalecen limitaciones vinculadas a la dedicación y al carácter militante – no rentado – que tiene su trabajo: *“no puedo dedicarme a tiempo completo a nuestros medios, “no vivimos de este trabajo”*¹² y confirman que los problemas de sostenimiento económico persisten.

El análisis cualitativo del tipo de impacto que creen tener muestra diferencias considerables entre los tipos de medios. En relación a si creen

9 Breves extractos de entrevistas a productores de medios sin fines de lucro y de organizaciones no mediáticas

10 Breves extractos de las entrevistas realizadas a productores de medios públicos

11 Breves extractos de entrevistas realizadas a productores de medios sin fines de lucro

12 Breves extractos de entrevistas a productores de organizaciones no mediáticas

crear corrientes de opinión, en los medios privados comerciales es del 36%, en los medios públicos del 90%, para los medios sin fines de lucro 100% y para las organizaciones no mediáticas, un 50%.

Los productores de medios privados son quienes menos influencia creen tener y lo explican como resultado del efecto supletorio que tienen las redes sociales *“es una influencia relativa, cada vez menos, más en lo nacional que en lo local... la baja influencia se compensa con el debate en las redes”*.

Aunque con otro argumento, los productores de organizaciones no mediáticas también atribuyen a las redes sociales y a las condiciones económicas impuestas por éstas, la reducida influencia como corriente de opinión: *“está limitado a la gente que te sigue”*. En tanto los productores de medios sin fines de lucro consideran que *“tienen impacto en los receptores debido a la posibilidad de instalar ciertos temas”*¹³ en redes sociales.

En relación a si creen que sus productos impactan en la capacidad de multiplicar la información al ser fuente de información para otros medios masivos, encontramos porcentajes bajos entre productores de medios privados (27%), medios públicos (25%) y organizaciones no mediáticas (16%). En cambio, entre los productores de medios sin fines de lucro, en un 90% de las respuestas reconocen ser fuente de información para otros medios, ya que instalan temas, consignas o problemáticas en la agenda pública que otros no difunden.

Conclusiones

El análisis deja en evidencia que tanto en medios privados comerciales como en productores de medios públicos, aunque frecuentemente aparecen disociados tanto en la práctica como intelectualmente, se

13 Algunos entrevistados coinciden en afirmar que, aunque reconocen una tendencia que modifica lentamente la composición de los ingresos de los medios, el que proviene de pauta publicitaria tradicional continúa siendo el más abultado, por ej. programas de televisión y radio. Y aún de medios gráficos impresos.

hallaron entre ambos relaciones muy consistentes, así como también prácticas laborales que se asemejan, para la producción de narrativas informativas.

Coinciden en el uso prioritario de soportes tradicionales –sobre todo para sostener la infraestructura que permite captar recursos publicitarios– en detrimento de soportes digitales y redes, aunque todos afirman que lentamente están incursionando en el mercado de soportes digitales, con la intención de mantener el dominio en la esfera pública burguesa, mediante la captación oligopólica de recursos publicitarios privados y públicos y con el mantenimiento de narrativas que permitan perpetuar el consentimiento activo de los dominados.

Paralelamente la esfera pública evidencia intersticios donde los productores de contenidos de medios sin fines de lucro y organizaciones no mediática, aún bajo una evidente desigualdad de recursos, activan de manera intencionada estrategias específicas que procuran visibilidad y reconocimiento identitario. En tanto medios alternativos productores de una información-otra, publican temas de elaboración propia que se diferencian de los dominantes y manifiestan la pretensión de fijar una agenda con temas e interpretaciones que discuten los sentidos hegemónicos.

A ellos se suman las organizaciones de gestión horizontal, que procuran que la visibilidad pública mejore la redistribución de recursos, ya que a través de acciones por redes (también acciones presenciales) buscan que el Estado asigne becas de trabajo o que otorgue pauta oficial o subsidios para el funcionamiento de la organización. Así, las estrategias de visibilización y de posicionamiento en el espacio público permiten disputar sentidos hegemónicos, mejorar el reconocimiento identitario y lograr condiciones de posibilidad mejoradas para apropiarse de los recursos económicos necesarios para la subsistencia.

Advertimos que las narrativas de medios comunitarios y de organizaciones de trabajadores autogestionados muchas veces despliegan estrategias que comparten intenciones e intereses y configuran espacios

reflexivos desde los cuales se constituyen en ámbitos privilegiados de diseño de contra conceptos que expandan – como las concéntricas aureolas de agua cuando una piedra cae al lago – sentidos – otros, sean reconocidos como fuentes válidas de interpretación y se habiliten contra esferas en disputa.

Visto así, el espacio público se ha convertido en un campo de lucha de esferas, donde dirimen estrategias iniciales de reconocimiento de medios y organizaciones sin fines de lucro y políticas con narrativas de medios que invisibilizan los dominantes; espacio de constante sucesión de proceso de refuerzo de la hegemonía y a la vez de resistencia a la ideología dominante, con la difusión de interpretaciones cuestionadoras de sentidos naturalizados.

Aunque sabemos que la disputa es desigual y torna sumamente difícil la visibilidad de contra conceptos, dado que se torna muy complejo desarmar el oligopolio económico y narrativo, consideramos que estos espacios constituyen incipientes contra esferas cuya disputa es la muestra más cabal de la imposibilidad de concebir una esfera pública única homogénea y en equilibrio.

Bibliografía

- AAVV (2008). Trabajo y distribución de la riqueza. Elementos de análisis y criterios de acción. *Cuaderno Mapas N° 5* Centro Nueva Tierra. Bs. As.
- Abatedaga, N. (2012) *Comun(ic)ación Cooperativa. Estrategias, Herramientas y Reflexiones*. Ed. Topos & Tropos.
- (2013). Los dilemas de la comunicación en la economía social. *Revista Umbrales*, Ed. CISPREN. Córdoba.
- Arfuch, L. (comp). (2005). *Identidades, sujetos y subjetividades*. Prometeo, Bs As.
- Deleuze, G. (2015). *La subjetivación. Curso sobre Foucault*. Ed. Cactus. Bs. As.
- Fraser, N. (1999). Pensando de nuevo la esfera pública. Una contribución a la crítica de las democracias existentes, *Rev. Ecuador Debate* N° 46. Abril 1999. P. 139/174 Disponible en: <http://hdl.handle.net.10469/5760>
- Frazer, N. (2008). La justicia social en la era de la política de identidad: redistribución, reconocimiento y participación, *Rev. Del Trabajo*, Año 4 N° 6. Agosto – Diciembre de 2008. Disponible en

- http://www.trabajo.gob.ar/downloads/cegiot/08ago-dic_fraser.pdf
- Gergen, K. (2007). *Construccionismo social, aportes para el debate y la práctica*. (Ángela María Estrada Mesa y Silvia Diazgranados Ferrans, traductoras). Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Hall, S. (2000). *Identidade Cultural en la pos-modernidade*. 4º ed. Ed. DP&A. Rio de Janeiro.
- _____ (2003). ¿Quién necesita identidad? En HALL, Stuart y DU GAY, Paul (Comp.); *Cuestiones de identidad cultural*. Ed. Amorrortu. Bs As.
- Habermas, J. (1986) *Historia y crítica de la opinión pública*. 3º Edición. Ed. G.Gili, S.A. de C.V. México.
- Hansen, M. (1993). Prólogo al libro de Negt, O. y Kluge A. *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria*. Volumen 85 MINNESOTA. University of Minnesota Press Minneapolis Londres.
- Kaplún, G. (2000). Comunicación organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse, *Revista Constelaciones* N° 1, Fund. W. Benjamin, Bs As.
- Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522 y Decreto Reglamentario N° 1225/10. Edición 2014. Universidad Nacional de Quilmes.
- Negt, O. y Kluge A. (1973). *Esfera pública y experiencia. Hacia un análisis de las esferas públicas burguesa y proletaria*. Volumen 85 MINNESOTA. University of Minnesota Press Minneapolis Londres.
- Melucci, J. (1990). *Sistema politico, partiti e movimenti sociali* Ed. Giangia como Feltrinelli Editore Milano, Italia.
- Ranciére, J. (2007). *El desacuerdo. Política y filosofía*. Ed. Nueva Visión. Bs. As.
- Restrepo, E. (2007). Identidades: Planteamientos teóricos y sugerencias metodológicas para su estudio, en *Rev. Jangwa Pana* N°5 – Junio 2007.
- Ricoeur, P. (1983). *Time and Narrative*. Chicago, IL: University of Illinois Press.
- Ricoeur, P. (1996). *El sí mismo como otro*. Madrid: Siglo XXI.
- Thompson, John B. (1996). La teoría de la esfera pública, *Revista Voces y culturas* N° 10. Barcelona.

Quienes escriben

Tanius Karam Cárdenas

Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México). Profesor-investigador en la academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Actual director científico de la Asociación latinoamericana de investigadores de la comunicación. Tiene obra publicada en teorías de la comunicación, historia de las ideas en comunicación; campo curricular, pedagogía y didáctica en comunicación; análisis del discurso, análisis semiótico aplicado a los medios y las nuevas tecnologías y estudios socio-culturales de música popular. Su último libro es Carlos Monsiváis, entre rituales, migraciones y otros recursos de la ubicuidad (2022).

Cicilia M. Krohling Peruzzo (Brasil)

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP). Professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e da Universidade Federal do Espírito Santo. Autora dos livros “Relações públicas no modo de produção capitalista” e “Comunicação nos movimentos populares – a participação na construção na cidadania”, entre outros. Organizadora de algumas coletâneas. Possui artigos publicados em diversas revistas científicas nacionais e internacionais. Já coordenou Grupos de Trabalho sobre temas de Comunicação e Cidadania vinculados a associações científicas, tais como ALAIC, Compós, Assibercom e Abrapcorp. Presidenta da Assibercom (Associação Ibero-Americana

de Investigadores da Comunicação (2019-2023). Coordena o Núcleo de Estudos sobre Comunicação Comunitária e Local (Comuni). E-mail: kperuzzo@uol.com.br

Martín Martínez Puga (Uruguay)

Comunicador, Magister en Psicología y Educación y Doctorando en Ciencias Sociales. Es Director del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación (Universidad de la República Udelar), Docente del Departamento de Especializaciones Profesionales y Coordinador Sección Académica Comunicación Educativa y Comunitaria. También es coordinador general de la Asociación civil El Tejano. Integra el Observatorio de las profesiones de la Comunicación y es miembro del grupo de Investigación “Altermedia: Alternativas mediáticas”. Ha desarrollado diversos proyectos y publicaciones en torno a líneas de investigación sobre Comunicación y educación, especialmente en la línea “Adolescentes y jóvenes en la construcción de lo público”. Correo electrónico: martin.martinez@fic.edu.uy

Lucía Olivari Condenanza

Comunicadora y Maestranda en Comunicación y cultura contemporánea. Se desempeña como Docente de la Sección Académica Comunicación Educativa y Comunitaria (FIC - Universidad de la República Udelar) e integrante de la organización de la sociedad civil IPRU. Participa del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación, desde el Proyecto de Investigación “Comunicación, Gobierno y Políticas Públicas” y ha trabajado en líneas de investigación relacionadas con los medios comunitarios y su marco regulatorio y los adolescentes y jóvenes en la construcción de lo público. Desarrolla su tesis en torno a los estudios de *ciudadanía comunicativa* en movimientos y colectivos sociales. Correo electrónico: lucia.olivari@fic.edu.uy

Nivea Canalli Bona (Brasil)

Brasileira, outora em Comunicação pela Unisinos - RS, com mais de 15 anos de experiência na educação superior em disciplinas presenciais e online. Publicou quatro livros, capítulos e inúmeros artigos científicos em diversos periódicos, em inglês, português e espanhol. Sua pesquisa está focada em comunicação comunitária, alternativa e em movimentos sociais. Ela participa de dois grupos de pesquisa do Brasil. Em 2016, mudou para os EUA e continuou realizando pesquisas independentes. Nos últimos anos apresentou e publicou sobre a Comunicação da Marcha das Mulheres nos EUA; Jornalismo alternativo no Brasil, entre outros. Seu último trabalho (setembro/21) foi sobre a comunicação de músicos de rua em Galway-Irlanda apoiada pela NUIG. Ela acredita que outra comunicação é possível. E-mail: bonanivea@gmail.com

Patrícia Gonçalves Saldanha (Brasil)

Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC) da Universidade Federal Fluminense. Coordenadora e Professora do Curso de Comunicação Social e Publicidade e Propaganda (UFF). Pós-doutorado, Doutorado e Mestrado em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Coord. e vice-coord. do GT de Cidadania da Associação Latino-Americana de Investigadores em Comunicação (ALAIC) e Coord. do Intercom Jr. Cidadania (2016-2018). Fundadora e Coord. Geral do grupo de pesquisa “Laboratório de Investigação em Comunicação Comunitária e Publicidade Social (Laccops)”. Integrante fundadora do Instituto Nacional de Pesquisa em Comunicação Comunitária (INPECC). Pesquisadora com ênfase em: Publicidade social, Publicidade sensorial, mídiatização, hegemonia e contra-hegemonia na comunicação e comunicação comunitária. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5711133772165586> . ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7041-129X>. E-mail: patriciasaldanha@id.uff.br

Víctor A. Díaz Esteves (Chile)

Doctor en Educación por la Universidad Academia de Humanismo Cristiano (UAHC). Investigador Asociado al Centro de Investigación Escolar y Desarrollo-CIED, Facultad de Educación, Universidad Católica de Temuco, Chile. Magister en Ética y Desarrollo por la Universidad Alberto Hurtado. Profesor de Lenguaje y Comunicación y Licenciado en Educación por la UAHC. Licenciado en Comunicación Social y Diplomado en Educación Universitaria por la Universidad Católica del Uruguay. Con experiencia académica en Uruguay, Brasil, Paraguay, Guatemala, El Salvador y Honduras. Docencia en Maestrías en Educación (2011-2018): UAHC-UNESCO-FUNIBER; Universidad de La Frontera y Universidad Bolivariana (UB)-Uvirtual.net. Docencia en pre-grado (2008-2016) en UB y UAHC en carreras de Pedagogía entre otras. Actualmente investiga en la dimensión intercultural y el liderazgo de las comunidades indígenas desde la perspectiva de la comunicación popular en contextos educativos de Chile y Uruguay. Correo electrónico: victordiazesteves@gmail.com

Paola A. Vargas Moreno (México)

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Magister en Sociología de la FLACSO-Ecuador. Licenciada en Ciencias Sociales de la Universidad Distrital de Bogotá. Miembro del Grupo de Trabajo Anticapitalismos y Sociabilidades Emergentes de CLACSO y GT ACySE. Docente-investigadora independiente. Actualmente realiza una estancia posdoctoral en el Instituto de Investigaciones en Educación de la Universidad Veracruzana (IIE – UV) con el proyecto “Sendas y trayectorias indígenas en la educación superior” (UV-UNAM-University of Bath). Docencia e investigación sobre interculturalidad en América Latina y las relaciones entre Estados y organizaciones sociales indígenas en el campo educativo. Trabajó con mujeres indígenas y medio ambiente, educación intercultural, migración, feminismo(s), identidad(es), y diversidades sexo-genéricas.

Adilson Vaz Cabral Filho (Brasil)

Professor Titular da Universidade Federal Fluminense, com atuação no Departamento de Comunicação Social e no Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano (PPGMC). Tem pós-doutorado em Comunicação na Universidade Carlos III de Madrid (2013) e é Doutor em Comunicação Social (2005) e Mestre em Comunicação Social (1995) pela Universidade Metodista de São Paulo. Coordenador do grupo de pesquisa EMERGE - Centro de Pesquisas e Produção em Comunicação e Emergência. Autor de livros e artigos em Políticas de Comunicação, com ênfase em Comunicação Comunitária, atuando principalmente nos seguintes temas: políticas de comunicação, democratização da comunicação, apropriação social das TICs, comunicação comunitária e digitalização das comunicações. E-mail: acabral@comunicacao.pro.br

Ana Cristina Suzina (Brasil – Reino Unido)

Jornalista e doutora em ciências políticas e sociais pela Universidade Católica de Louvain, na Bélgica. Atualmente, atua como Leverhulme Early Career Fellow no Institute for Media and Creative Industries da Loughborough University - Londres. Seus interesses de pesquisa incluem comunicação popular, alternativa e comunitária, participação na democracia, assimetrias de poder, mudança social e epistemologias do Sul. Suzina publicou e coordenou publicações em inglês, espanhol, português e francês, incluindo o livro recém publicado *The Evolution of Popular Communication in Latin America* (2021, Palgrave Macmillan) e uma série de edições especiais de revistas sobre o legado de Paulo Freire no campo da comunicação. E-mail: a.suzina@lboro.ac.uk

Andrés Felipe Ortiz Gordillo (Colombia)

Colombiano. Educador popular, altercomunicador e investigador social. Docente universitário. Doctorando en Sociología y Antropología del PPGSA, UFPA, PA, Brasil. Magister en Estudios Sociales. Integrante

del grupo de investigación Rastro Urbano de la Universidad de Ibagué (Colombia). Integrante del Proyecto CEIS (Colectivo de Estudios Investigación Social), coordinador y co-productor de la Plataforma Comunicativa Popular Como la cigarra. Radio. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4524-8128>. Correo electrónico: andresfortizg@yahoo.es

Emilse Siales (Argentina)

Doctoranda en Antropología y Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires. Actualmente, como becaria doctoral del CONICET, desarrolla su investigación titulada: “La comunicación indígena como un derecho: el caso de la FM Pachakuti” en el Instituto de Investigaciones Gino Germani. Además, es asistente en el Grupo de Investigación en Comunicación “Debates teóricos y políticos en los colectivos de comunicación alternativa, comunitaria y popular” de la carrera de Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Correo electrónico: emisiares@gmail.com

María Cecilia Telleria (Argentina)

Antropóloga (Universidad Nacional de Rosario - UNR, Argentina), maestranda en Estudios Culturales (Centro de Estudios Interdisciplinarios-UNR). Sus líneas de investigación versan sobre la construcción de comunicación comunitaria, alternativa y popular en articulación con el entorno sociocultural, el Estado y organizaciones sociales, particularmente de la ciudad de Rosario (provincia de Santa Fe, Argentina) desde una perspectiva socio antropológica, etnográfica y/o relacional. Integra equipos de investigación interdisciplinarios de alcance local y nacional sobre temáticas diversas: medios de comunicación, políticas culturales, derechos humanos, ciudadanía, inseguridad, juvenudes. Correo electrónico: telleriacecilia@gmail.com

Mirta Amati (Argentina)

Investigadora Independiente asociada a la Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) - Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ) y Profesora Adj. a/c de Promoción de Actividades Comunitarias (PAC) de la Carrera de Comunicación de la UBA. Participó de los congresos de ALAIC (2020-2021 GT8) y en 2005 (con publicación de un capítulo en el libro coordinado por Delia Covi Druetta: “Bitácora de viaje. Investigación y formación de profesionales de la comunicación en América Latina”, México: ILSE Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ALAIC, p. 83 - 97). Publicó -en coautoría con Lois e Isella: la cartilla para el curso de comunicación comunitaria (UBA) <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2015/07/6-Comunicacion-B.pdf> y dos libros sobre Malvinas y sobre el Bicentenario argentino <https://biblio.unaj.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=au:%22Amati%2C%20Mirta%22> Integra el Comité editorial de la Revista indexada Avatares de la Comunicación y la Cultura <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/about/editorialTeam>) Correo electrónico: amati.mirta@gmail.com

Cecilia Vilalta (Argentina)

Licenciada y Profesora en Comunicación (UBA). Especialista en Docencia en Entornos Virtuales (UNQUI). Realizó el Curso Internacional de Posgrado: “Educación Sexual Integral” (FLACSO), y la Diplomatura: Niños, niñas y adolescentes: sujetos de derecho (UBA). Desde el 2020 es parte del equipo de cátedra del Seminario: “Sexualidad Integral y las interacciones comunicativas en la vida cotidiana” (Vilalta-Leis)” y organiza las clases abiertas de extensión en la cátedra “Promoción de Actividades Comunitarias” (Amati), ambos espacios curriculares en la carrera Comunicación de la UBA. Publicó Comunicar ESI (2021) en coautoría con D. Leis https://drive.google.com/file/d/1kxxODmHV-2qo9iCk_AY6UY-20KlIFzKhC/view?usp=sharing Correo electrónico: ceciliavilalta@gmail.com

Sandra Meléndez-Labrador (Colombia)

Comunicadora organizacional de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, Magíster en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar y Doctora en Comunicación de la Universidad del Norte, becada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de su país. Es co-fundadora y directora del Observatorio Latinoamericano de Discapacidad y Comunicación – OBLADIC desde 2018 (www.obladic.org), proyecto a través del cual promueve y potencia la labor periodística-científica-docente-activista para la implementación en la región de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad desde el componente comunicativo. Investigadora de la relación comunicación-discapacidad desde 2010, es miembro externo del Grupo de Investigación en Discapacidad y Comunicación - GIDYC de la Universidad CEU Cardenal Herrera de España y del G.T. Imaginarios y representaciones de la discapacidad de la Red Iberoamericana de Investigación en Imaginarios y Representaciones Sociales (RIIR). Fue reportera independiente in situ de los Juegos Paralímpicos de Río 2016 con su medio digital Discomunica. Es Vice-coordinadora del GT8 ‘Comunicación popular, comunitaria y ciudadana’ de ALAIC desde 2017. Correo electrónico: slabrador@uninorte.edu.co

Diego Bogarin (Argentina)

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Argentina. Becario doctoral de CONICET en el Instituto de Estudios Sociales y Humanos IESyH de doble dependencia CONICET-UNaM. Entre sus publicaciones más recientes se encuentran: “Un ensayo contra la ternura hacia las radios escolares. Disputas y definiciones de un objeto mestizo” en Revista La Rivada 8 (15) del 2020 (pp. 76-91) y el capítulo de libro “Exploraciones para comprender experiencias de radios escolares” (pp. 161-189) en Morales, E y Gitahy de Figueiredo, G. (comp.) (2020) “Tejiendo desde la contrahegemonía. Medios, redes

y tic en América Latina”, México DF: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales. Se ha desempeñado en diferentes organizaciones sociales y organismos públicos vinculados a la comunicación. Se desempeña como docente en nivel medio y superior y participa activamente en la Red de Radios Escolares y Comunitarias de Misiones, Argentina. Correo electrónico: adiegobogarin@gmail.com

Lucía Marioni (Argentina)

Licenciada en Comunicación Social y Doctora en Ciencias Sociales, ambas acreditadas por la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). Investigadora asistente de CONICET en el Instituto de Estudios Sociales de CONICET-UNER. Entre sus publicaciones más recientes se encuentran: “¿Se puede ser un medio y un taller? Tensiones entre comunicación y educación popular en El Surco del Oeste” en Revista Educación y Vínculos, 6 del año 2021 junto con Schmuck, E. y Gianfelici, J. y “Pare, mire, escuche’. La dimensión comunicativa en los usos del rap de jóvenes en un contexto de pobreza urbana (Paraná, Entre Ríos, Argentina)” en Revista La Rivada, (8)15, 55-75, del año 2020. Cuenta con trayectoria en extensión universitaria en el Área de Comunicación Comunitaria de la FCEdu UNER. Participa de talleres de educación y comunicación popular en el Centro Cultural y Social “El Birri” como coordinadora. Es docente en el Instituto Superior de Profesorado N° 67-Santa Fe, la Universidad Católica de Santa Fe y la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales (UCES). Correo electrónico: marionilucia@gmail.com

Esmeralda Villegas Uribe (Colombia)

Doctora en Comunicación (Universidade de São Paulo); Magister em Comunicação Social (Universidade Metodista de São Paulo); Licenciada en Comunicación Social (Pontificia Universidad Javeriana); Especialista en Comunicación para el Desarrollo Regional (Universidade Metodista de São Paulo); Especialista em Radio Educativa (CIESPAL). Profesora

universitaria e investigadora social en el campo de la Comunicación y los Medios, en articulación con temas de cultura, educación, desarrollo y cambio social, salud, transformaciones tecnológicas, comunicación pública y política, movimientos sociales y estudios de género. Experiencia en diseño, implementación y evaluación de estrategias de comunicación institucional y comunitaria. Experiencia en gestión de proyectos de comunicación, emisoras culturales, educativas y comunitarias. Realizadora de Radio. Publicaciones: <https://www.linkedin.com/in/esmeralda-villegas-uribe-a79a8727>. E-mail: evillegas2@hotmail.com

Juan Parra Orozco (Colombia)

Estudiante activo del Doctorado en comunicación de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) Argentina. Desarrolla la tesis de investigación sobre los relatos de memoria y paz en el cine colombiano más reciente, dirigida por Carlos Vallina, profesor emérito de la UNLP. Ha sido docente durante 20 años de trabajo académico en Universidades de Bogotá y Medellín, asimismo contratista con secretarías de educación e impulsor de propuestas de intervención comunitaria y barrial mediante el uso de espacios pedagógicos con la lectura y la escritura y la recepción crítica del entorno audiovisual y mediático. En la actualidad participa como integrante del grupo Grupo de Investigación en Filosofía (GIF) Colciencias B, del Politécnico de Medellín Jaime Isaza Cadavid (J.I.C) en calidad de contratista con asesoría metodológica del proyecto: “Certezas religiosas de una política incierta en Colombia” adscrito a la Escuela de Ciencias Sociales y Humanidades. Correo electrónico: david_parra72@hotmail.com

Marisol Mesa Galicia (Colombia)

Comunicadora Social - Periodista y candidata a Doctora en Comunicación de la Universidad de La Sabana; Magister en Territorio, Conflicto y Cultura y Especialista en Pedagogía de la Universidad

del Tolima (Colombia). También cuenta con estudios posgraduales en Radio Alternativa del Instituto Internacional de Periodismo José Martí en la Habana – Cuba. Es profesora de la Facultad de Ciencias Humanas y Artes de la Universidad del Tolima e integrante del Grupo de Investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad, temas de investigación: radio comunitaria, gestión de medios, currículo, cultura digital. Es miembro de la Federación de Medios Comunitarios de Colombia – Fedemedios, de la Red de emisoras comunitarias del Tolima – Radio Red Pijao y preside la Red para el fortalecimiento de la Radio Comunitaria de Colombia - Corporación SíPaz. Correo electrónico: mmesag@ut.edu.co

Juan Andrés Romero Prada (Colombia)

Comunicador Social – Periodista, Maestro en Educación y docente catedrático del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Facultad de Ciencias Humanas y Artes de la Universidad del Tolima. También, es docente, investigador y orientador del semillero de investigación del programa de Comunicación Social de la Escuela de Comunicación y Bellas Artes de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior, regional Tolima.

Además, es integrante del grupo de investigación en Comunicación sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad de la Universidad del Tolima y cuenta con experiencia investigativa que le ha permitido ser ponente en escenarios académicos con proyectos de investigación que abordan las categorías de: sociedad del conocimiento, educación superior, programas de comunicación, currículo, pertinencia curricular, comunicación digital, radio comunitaria y radio universitaria. Correo electrónico: ja-romeropr@ut.edu.co

Yeison Camilo Conde González (Colombia)

Estudiante de la Maestría en Pedagogía y Mediaciones Tecnológicas y Comunicador Social – Periodista, ambos estudios en la Universidad

del Tolima (Colombia). Docente catedrático en el programa de Comunicación Social – Periodismo de la misma institución, orientando cursos relacionados con producción y creación de audiovisuales (radio, podcast, video, cortometrajes y televisión) e investigación en comunicación. Actualmente es integrante del Grupo de Investigación en Comunicación Sobre Ciencia, Tecnología y Sociedad, donde ha realizado y apoyado investigaciones relacionadas a las líneas de comunicación – educación, comunicación audiovisual y transmedia, comunicación para el desarrollo y mediaciones tecnológicas en educación. Correo electrónico: yccondeg@ut.edu.co

Nidia Cristina Abatedaga (Argentina)

Licenciada en Comunicación Social (UN Córdoba), Magister en Administración Pública (IIFAP- UN Córdoba) Doctora en Comunicación Social (UN La Plata). Prof. Titular de Teorías Sociológicas I y Prof. Adjunta de Planificación y Evaluación de Proyectos de Comunic Social. Fac. Cs. Comunicación. UN Córdoba. Docente de la Maestría en Comunicación Institucional de UN San Luis y de la Especialización en Comunicación Pública de la Ciencia (UNC.). Dirige equipos de Investigación con financiamiento de Secyt – UNC desde 2006 y dirigió Programas de transferencia de resultados de Investigaciones y Comunicación Pública de la Ciencia (PROTRI) en 2015, 2017 y 2019. En la actualidad dirige el proyecto de investigación: *Comunicación y trabajo en el espacio público: praxis comunicativa e identidades laborales de organizaciones mediáticas y no mediáticas autogestionadas* y el Programa de investigación: *“Estudio de contenidos y tecnologías comunicacionales vinculados a cambios en la producción, circulación y visibilización de narrativas en entornos digitales de la esfera pública.”* (2020/22). Correo electrónico: nidiaabatedaga@gmail.com

Santiago Bonacci (Argentina)

Licenciado en Comunicación Social (UNC) Estudiante de la Maestría en Antropología. Facultad de Filosofía y Humanidades. UNC. Tema del proyecto de tesis: análisis comparativo de las dinámicas laborales en medios recuperados de la provincia de Córdoba. Docente de las materias Teorías Sociológicas I y II de la Licenciatura en Comunicación Social, Facultad Cs. De la Comunicación. UNC. Integrante del equipo de investigación con financiamiento Secyt -UNC (2018-2022) dirigido por la Dra. Abatedaga denominado: *Comunicación y trabajo en el espacio público: praxis comunicativa e identidades laborales de organizaciones mediáticas y no mediáticas autogestionadas.*

María Ordoñez (Argentina)

Licenciado en Comunicación Social (UNC) Magíster en Investigación Educativa mención Socio-antropológica (UNC). Integrante del equipo de investigación con financiamiento Secyt -UNC (2018-2022) dirigido por la Dra. Abatedaga, denominado: *Comunicación y trabajo en el espacio público: praxis comunicativa e identidades laborales de organizaciones mediáticas y no mediáticas autogestionadas.* Integrante del Proyecto ImpaCT.AR Ciencia y Tecnología de investigación y desarrollo orientado a apoyar organismos públicos. Título “Diagnóstico del Sector de la Economía Popular de la Pcia. De Córdoba para el mejor diseño de políticas públicas.” Dirigido por Dra. Julieta Quirós (2021/2023).

