

Comunicación y medios comunitarios

Comunicación y medios comunitarios



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORIA

Gissela DÁVILA COBO

COORDINADOR EDITORIAL

Camilo MOLINA BOLÍVAR

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denís PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cicilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

CIESPAL, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 139

Cicilia M. Krohling Peruzzo

Manuel Chaparro Escudero

Erick R. Torrico Villanueva

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Corrección de textos

Camilo Molina

Diseño gráfico

Diego S. Acevedo Aguilar

Corrección de estilo

María Dolores Chacón

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada
CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 La comunicación comunitaria: materia, forma y relación de los movimientos sociales**

Gissela DAVILA COBO & Camilo MOLINA BOLIVAR

17 TRIBUNA

- 19 La radio comunitaria indígena: alternativa para la descolonización, la interculturalidad y la construcción del bien común a través del sonido emanado del territorio**

Graciela MARTÍNEZ MATÍAS

35 MONOGRÁFICO.

Comunicación y medios comunitarios

- 37 Presentación**

Cicilia M. KROHLING PERUZZO, Manuel CHAPARRO ESCUDERO
& Erick R. TORRICO VILLANUEVA

- 47 Radios indígenas y Estado en Colombia - ¿Herramientas “políticas” o instrumentos “policivos”?**

Diego Mauricio CORTÉS

- 63 De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones**

Larisa KEJVAL

- 81 Medios del Tercer Sector en México. Un análisis comparativo entre los medios concesionados y los medios sin regulación estatal**

María Consuelo LEMUS POOL & Adolfo Rogelio COGCO CALDERÓN

- 101 El proceso es el modelo - Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias**

Carlos Eduardo VALDERRAMA HIGUERA & Sandra Liliana OSSES RIVERA

- 117 Rádios comunitárias no Brasil: entre a clandestinidade e a relevância social**

Eliene SANTOS, Nair PRATA & Rafael MEDEIROS

- 135 Dissonância crítica e solidária: a contribuição das mídias populares ao processo de mudança social**

Ana Cristina SUZINA

- 151 Revalorización cultural e identitaria de mujeres afrodescendientes e indígenas en radios comunitarias**

María Cruz TORNAY MÁRQUEZ

- 167 Comunicação cidadã na Amazônia brasileira: em defesa das atingidas e dos atingidos pela Vale S.A.**

Larissa PEREIRA SANTOS & Célia Regina Trindade CHAGAS AMORIM

- 183 El Índice de Rentabilidad Social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana**
Amal TARBIFT
- 203 La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV**
Juan Pablo TORO BRAVO, Alex MULLO LÓPEZ & Mónica HINOJOSA BECERRA

219 ENSAYO

- 221 Radios universitarias en escenario de convergencia: Reflexiones sobre la formación profesional y el papel de las universidades**
Debora Cristina LÓPEZ
- 235 Continuidades y discontinuidades estético-políticas del vídeo expandido. Análisis de mudanzas de María Teresa Ponce**
Miguel Alfonso BOUHABEN
- 249 El lugar de la tecnología y la cultura digital en el discurso educativo contemporáneo**
Julio-César MATEUS
- 267 Implementación de la Televisión digital en Chile: ¿una oportunidad real para la TV Comunitaria?**
Andrea VILLARRUBIA-MARTÍNEZ, Ignacio AGUADED-GÓMEZ & Águeda DELGADO-PONCE
- 285 Ciência em publicidades: uma análise das emissoras televisivas de maior audiência no Brasil**
Vanessa BRASIL DE CARVALHO & Luisa MASSARANI

303 INFORME

- 305 Los procesos comunicativos desde la perspectiva de los educadores en la era de la Cultura Digital**
Isabel HEVIA ARTIME Carlos RODRIGUEZ-HOYOS & Aquilina FUEYO GUTIÉRREZ
- 321 Lo incomunicable**
Juan Carlos JURADO
- 337 Intertextualidad y cultura material: un estudio de narrativa ficcional audiovisual contemporánea**
Fernanda Elouise BUDAG
- 355 Uso de las herramientas comunicativas en los entornos virtuales de aprendizaje**
Hender Alexander VILORIA MATHEUS & Javier HAMBURGER
- 373 Película “Cenizas” y su análisis desde una perspectiva cinematográfica y psicológica**
Álvaro Javier PAZMIÑO, María Teresa RODRÍGUEZ MOSCOSO & Jorge Sánchez DE NORDENFLYCHT

409 RESEÑAS

Editorial

La comunicación comunitaria: el sustrato político-cultural de los movimientos sociales

Gissela DÁVILA COBO
Directora General de CIESPAL
gdavila@ciespal.org

Camilo MOLINA
Universidad UTE, Coordinador Académico CIESPAL
cmolina@ciespal.org

¿Pero cómo transformar(a la comunicación democráticamente? Cabe de nuevo un poco de “optimismo de razón” si recordamos cómo estos discursos sobre horizontalidad y comunicación han sido llevados al debate público por la acción de los movimientos sociales. No se trata solo de insistir en que los movimientos sociales siempre se estructuran sobre el terreno de la comunicación y que de ella deriva la potencia de su impacto en la sociedad. La comunicación es al mismo tiempo materia y forma de los movimientos sociales: materia porque ellos son por esencia intensivamente comunicativos, y forma porque también son extensivamente comunicacionales, es decir, se forman y se afirman con la comunicación. (Toni Negri en Cerbino, 2019: 20)

Pensar los procesos comunicacionales implica revisar las complejas prácticas de relacionamiento, interacción, convivencia, construcción de acuerdos, resolución de conflictos, reflexividad y re-conocimiento mutuo que se trazan en el diálogo y las formas en las cuales la palabra sirve como apertura para que su fuerza individual encuentre la alteridad necesaria que vitalice a la comunidad en su búsqueda para afirmar los derechos fundamentales y las propias convicciones (Dávila, 2019).

Este énfasis en la vinculación de personas y de colectivos a partir de la puesta “en común” de sus diferencias y similitudes, ubica entonces la generación de “modos” de comunicación que pueden ser transformados y

amplificados en expresiones comunitarias, e incluso pueden potenciarse en medios de comunicación con aristas particulares en torno a distintas áreas de especialización. En esos espacios socio-culturales, lo local-territorial-simbólico entreteje diferentes acentos (informativo, investigativo, educativo) con la aceptación de las formas diversas de mirar el mundo y los acontecimientos, desde lugares de resistencia frente al *hegemon* globalizador y como dinámicas de autoafirmación gestora de múltiples posibilidades de vida.

Este número de Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, reflexiona precisamente sobre las formas de establecer una comunicación que Mauro Cerbino propone llamar “del común”, la cual se establece -más allá de la identidad y el territorio-, “con uno de sus componentes definitorios a las obligaciones colectivas o de “genuina solidaridad” (Mata, 1993. p.58). Lo característico del *común* es que estos compromisos surgen de procesos y no de certezas identitarias homogéneas” (Cerbino, 2018: 138). Así, esos vínculos redefinen amplios esfuerzos para mejorar las condiciones de vida colectiva en diversas tradiciones históricas, en especial en el abordaje de la comunicación comunitaria y la adaptación de otras entradas analíticas de acuerdo con las necesidades coyunturales y su apropiación por movimientos y sectores sociales (como: popular, alternativa, ciudadana, educativa, participativa, para el desarrollo, del tercer sector, entre otras. (Kaplún, 1983; Cerbino, 2018: 130. ss.), pero siempre con esa *relacionalidad* que parte de las demandas y apuestas para fortalecer una convivencia y nuevas posibilidades de transformación grupal y societal.

Dentro de este amplio espectro, la presente edición sirve como un acicate a la reflexión sobre una vertiente comunicacional entrelazada con diversas instancias de la sociedad y que apunta hacia un modo de pensar los procesos de cambio social profundo y, a la vez, democrático, de abajo hacia arriba (Kaplún, 2007). Ahora bien, los aportes abordan su génesis y acción en nuestra región dentro del trabajo conjunto con organizaciones de la sociedad civil, movimientos sociales y educomunicacionales, permitiendo irrumpir en el mensaje masivo unificador (Gumucio, 2005), y sus efectos al englobar expresiones sociales, ideológicas, políticas y culturales, desde “otras” voces (Gumucio, 2010). Vista así, la comunicación comunitaria propende a la integralidad y responsabilidad para expresar y fortalecer formas de vida en las que la razón instrumental no sea la guía dominante, sino un tipo de relación basada en una ética de fomento a interrelaciones que superen las lógicas de dominación, claramente diferenciada de la comunicación privada-comercial y aún de la pública.

Desde la década de 1940, este debate sobre la comunicación y los medios comunitarios recoge en su tradición, hitos relevantes en Latinoamérica (García & Ávila, 2016); se gesta en un contexto antidemocrático con modelos dictatoriales funestos (como los casos Chile, Argentina, Uruguay y Brasil), o de democracias precarias como las que ha habido en Venezuela y Colombia, así como en democracias de dominio militar en Perú y Ecuador (Anderson, 1987). En todos

esos casos, el aporte sustancial de los medios y actores de la comunicación comunitaria se reconoció en las luchas sociales más significativas, las que se han abanderado de la defensa de los derechos humanos con aquellos procesos de compromiso social que han complementado y hasta suplido la ausencia de instituciones estatales en temas como la alfabetización, la educación popular, la concientización de la conservación de la tierra y el agua, y el rescate y la conservación cultural y lingüística. Esto les ha significado el reconocimiento de su existencia en la arena de las políticas públicas y la obtención del derecho a ser protegidos, lo que no significa que no haya habido una serie de dolorosos episodios de censura e intentos de debilitamiento y control por parte de los sectores ligados al poder.

Vista así, la comunicación comunitaria se relaciona directamente con las necesidades de grupos y colectivos que cuentan con intereses afines, a menudo ligados a concepciones del territorio, para brindar mejores condiciones y posibilidades de vida para todas las personas (Dávila, 2019). Y advierte, en esta atmósfera de luchas y resistencias, más que un carácter instrumental un elemento dotador de sentido, como señala María Cruz Tornay en su aporte sobre *Revalorización cultural e identitaria de mujeres afrodescendientes e indígenas en radios comunitarias*.

Desde este rol, la comunicación comunitaria expresa dos pilares que estos medios buscan a través de su sostenibilidad y legitimidad: uno que tiene que ver con lo social-misional y otro con el proyecto político comunicativo dentro de su producción. El primero, retrotrae a la iniciativa originaria fundante, en cuanto apuesta colectiva vinculada a una ciudadanía con sujetos sociales empoderados y apropiados de agendas e iniciativas que perduran. El segundo, como consecuencia de esta acción, expresa la tensión en el quehacer de la producción y programación que debe ir en consecuencia con el cumplimiento del objetivo común como condición de su vigencia, y credibilidad.

Otro elemento que no se puede desconocer aquí es el económico, pues es el sustrato de la vida social, en donde ha existido una demanda constante de fortalecimiento externo que permita la independencia y dinámica propia de la comunicación comunitaria, evidenciada en las numerosas e importantes luchas por garantizar sus sostenibilidad y el ejercicio de su derecho de acceder a la publicidad tanto pública como privada, en igualdad de condiciones. Esta exigencia sigue vigente en una región donde las políticas públicas que orientan la regulación de la comunicación, del espectro radioeléctrico y la distribución de la publicidad, a menudo carecen de este propósito, así como de los mecanismos para que se robustezca este sector de tal modo que pueda competir.

La comunicación comunitaria tiene además otros retos como mantener una permanente profesionalización-capacitación y actualización de sus actores; superar las brechas generacionales y garantizar el cumplimiento del objetivo fundacional; adoptar y adaptarse a tecnologías cambiantes y que individualizan el consumo de medios de comunicación; poner en marcha de laboratorios

para la creación de nuevos formatos para comunicar desde nuevas visiones integradoras que sean capaces de despertar otras utopías posibles, así como de innovarse y hasta reinventarse para alcanzarlas.

Un aspecto que se debe analizar con mayor detalle es que, a menudo, se debe contrarrestar una fuerte percepción que entiende aún a los medios comunitarios como “pobres”, “pequeños” y de “mala calidad”, intentando menoscabar su importancia y trascendencia, así como reducir sus logros. El daño mayor que causa esta inadecuada generalización es que puede justificar y legitimar políticas discriminatoria y de asfixia económica, que impactarían negativamente su acción y eficacia social, cultural y comunicacional. Ante esto, se reafirma que la comunicación comunitaria es transformadora, en continuo movimiento y se adapta a las necesidades colectivas con propuestas concretas, sin olvidar que el motor de su acción está en la construcción de sujetos sociales organizados, promotores de cambios y con capacidad de amplificación de las demandas colectivas.

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - Ciespal no ha sido ajeno al análisis en torno a la democratización de la comunicación y los medios comunitarios. Cabe señalar, por ejemplo, la Declaración Final del seminario: “Democratizar el espectro radioeléctrico”, que en 1996 reafirmaba su compromiso profundo con la legalidad democrática, el pluralismo, la diversidad de identidades culturales, el desarrollo sustentable y la paz (“Democratizar el espectro radioeléctrico,” 1996).

Por otra parte, ya hace más de cuatro décadas en Chasqui se analizaba el incipiente acceso de los grupos marginados a los medios de comunicación colectiva (Manduley, 1976) o sobre la particular conexión entre el emisor y receptor que en este caso, no fluctúa en torno al medio, sino con relación a las necesidades y los problemas colectivos (Motta, 1983).

Y como bien señala en su aporte a este *Monográfico* De Kejval en el artículo *De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones*, la revista Chasqui, al igual que otros espacios de divulgación como “Causas y azares”, Oficios terrestres” o “Diálogo y Comunicación”, han sido plataformas clave para esta discusión. De manera muy particular, a finales del siglo XX, en Chasqui se brindó especial atención a los medios comunitarios y al proceso de transformación de su rol en el papel de la comunicación (Crabtree, 1993), la convergencia digital y el surgimiento de nuevos medios. Allí se han planteado cuestiones fundamentales, enfatizando en la presencia de un modelo homogeneizador que amenaza la supervivencia de la diversidad política e ideológica y que concentra cada vez más los espacios en unos pocos actores de los flujos comunicacionales (Gumucio, 2005).

De igual manera, se han revisado las tendencias que los medios comunitarios han desarrollado en América Latina: su protagonismo en acciones de participación social y popular; el débil reconocimiento jurídico que ha conllevado su participación en las disputas para que se mejoren los marcos

jurídicos nacionales, la gran mayoría de ellos insuficientes e injustos por su permisividad con el alto grado de concentración de la propiedad de los medios en manos y al servicio de las élites empresariales y políticas; la constante exclusión de la pluralidad de voces y de temas de interés general, especialmente en las áreas rurales. Esto ha sido señalado, como expresa Gumucio (2005), como una reducción de su reconocimiento jurídico a una suerte de lista de puntos a ser revisados, sin suficiente respuesta a las demandas sociales de carácter local y sin ponderar la contribución que este sector puede hacer a la libertad de expresión, el fortalecimiento de identidades culturales y el desarrollo de nuevas expresiones en la sociedad civil. Como resultado, prevalecen las estrategias de ciertos grupos para generar desigualdad en el uso y el acceso al espectro radioeléctrico.

En Ecuador, para citar un caso, aproximadamente el 90% de los medios son privados, lo que significa una evidencia de la situación de desigualdad e injusticia que existe, e impide las posibilidades del sector comunitario no solo desde un enfoque econométrico, sino por la “naturalización” del favorecimiento del uso privado comercial en convergencia con conductas que menoscaban el beneficio social de los medios, como expresa Tarbift en *El Índice de Rentabilidad Social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana*.

Este número, sirve además para explorar a fondo desde la exigencia académica las características de los objetos de estudio en la comunicación comunitaria, como nuevo reducto para pensar desde una mirada crítica y abordarlos como herramientas disruptivas para la construcción del tejido social. Así lo señalan Lemus, M., & Cogco, A., en: *Medios del Tercer Sector en México. Un análisis comparativo entre los medios concesionados y los medios sin regulación estatal*; que abordan el sector desde la promoción de tradiciones y costumbres locales o marginadas, como también se hace en los trabajos de Santos, E., Prata, N., & Medeiros, R., *Rádios comunitárias no Brasil: entre a clandestinidade e a relevância social; así como en* Cortes, D. (2019); y Cortes, D.: *Radio Indígenas y Estado en Colombia ¿Herramientas “políticas” o Instrumentos “policivos”?*.

Asimismo, se exponen varias experiencias concretas que subvierten esta matriz de exclusión de lo comunitario, o en las cuales se da cuenta de una ampliación de audiencias con el objetivo de producir disonancia, tal como parece en el artículo de Suzina, A., *Dissonância crítica e solidária: a contribuição das mídias populares ao processo de mudança social*; o mediante la presentación de soluciones desde el desarrollo local a través de sus procesos comunicacionales tal como lo hacen Toro, J. P., Mullo, A., & Hinojosa, M. (2019) en su abordaje *La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV*.

Esto es fundamental en condiciones de doble exclusión como las que viven mujeres de poblaciones históricamente olvidadas y que, gracias a los medios comunitarios, permiten una reivindicación cultural e identitaria que busca romper con las prácticas invisibilizadas en la comunicación de masas, como

señala María Cruz Tornay. También se observa en el uso de la comunicación como un proceso de construcción de conocimiento (Pereira, L., & Trindade, C. (2019). *Comunicação cidadã na Amazônia brasileira: em defesa das atingidas e dos atingidos pela Vale S.A.*).

En esta edición, además, se presentan aportes metodológicos en los estudios de audiencias para medios comunitarios, como propuesta de investigación de procesos de recepción y las estrategias dialógicas y participativas del conjunto de agentes involucrados Valderrama, C., & Osses, S. (2019). *El proceso es el modelo. Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias*). Asimismo, se exploran instrumentos que permitan diligenciar estrategias desde la política pública, para el pleno reconocimiento del sector, y para el fortalecimiento de las redes de intercambio de contenidos (Tarbift, 2019).

Asimismo, se reconoce especialmente el trabajo arduo y articulado con el equipo coordinador del *Monográfico*, conformado por los profesores Erick Torrico, Cicilia Peruzzo y Manuel Chaparro. Gracias a su paciente y reflexivo aporte ha sido posible que los lectores tengan esta revista a su disposición. También es obligatorio extender el agradecimiento a la valiosa y especial contribución de la profesora Graciela Martínez Matías quien aborda la importancia de la radio comunitaria indígena, la interculturalidad y la descolonización de la comunicación.

Finalmente, extendemos la infaltable mención de gratitud a los autores cuyos artículos arbitrados han sido seleccionados para las secciones de *Monográfico*, *Ensayo e Informe*, completando un largo proceso editorial científico, como siempre riguroso. Y de igual forma, el saludo cordial a la comunidad de investigadores, estudiantes, docentes y público más públicos interesados en Chasqui, a quienes se ofrece esta edición, para que se sumerjan en sus aproximaciones, debates y análisis contenidos.

Referencias bibliográficas

- Anderson, P. (1987). Democracia y dictadura en América Latina en la época del setenta. *Conferencia de Política en Latinoamérica*.
- Cerbino, M. (2018). *Por una comunicación del común*. Medios comunitarios, proximidad y acción. Ciespal: Ecuador.
- Crabtree, R. D. (1993). La radio comunitaria. Historia y síntesis de modelos y experiencias. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (47), 53–56. Quito: CIESPAL
- Chasqui, (S/A). (1996) “Democratizar el espectro radioeléctrico.” *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 56, 64–65.
- Dávila, G. (2019). La democratización de la palabra se a través de la participación ciudadana. *Revista Enfoques de La Comunicación*, 155–169. Quito
- García, N., & Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria. Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*, 19(1), 271–303.

- Gumucio, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6–19.
- Gumucio, A. (2010). Identidad, políticas y legislación de la radio local y comunitaria. Herrera, K. y Gumucio, A., *Políticas y Legislación Para La Radio Local En América Latina*, 225.
- Kaplún, G. (2007). La comunicación comunitaria. Artículo) En Anuario de Medios.
- Manduley, J. C. (1976). El foro de radio rural como una estrategia para educar adultos para el desarrollo comunitario. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (13), 57–76.
- Motta, L. G. (1983). Comunicación Popular y Los Modelos Transnacionales (Entrevista a Jesús Martín Barbero). *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (8), 4–11



La radio comunitaria indígena: alternativa para la descolonización, la interculturalidad y la construcción del bien común a través del sonido emanado del territorio

Indigenous community radio: alternative to decolonization, interculturality and the construction of the common good through the sound emanating from the territory

Rádio da comunidade indígena: alternativa à descolonização, à interculturalidade e à construção do bem comum através do som emanando do território

—

Graciela MARTÍNEZ MATÍAS

Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México y catedrática en el Programa de Posgrado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México
chelamar16@gmail.com

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Tribuna, pp. 31-94)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL

Resumen

Los relatos de la radio comunitaria-indígena basados en las experiencias locales y en la cultura popular, son productos semánticos únicos en un ecosistema mediático globalizado que todo lo devora. A diferencia de la radio pública y comercial, la comunitaria transmite narrativas empáticas con la audiencia; le habla directamente al escucha que se encuentra detrás del aparato receptor decodificando el mensaje; un mensaje que forma parte de su vida cotidiana y les pertenece a ambos.

Este trabajo tiene como objetivo visibilizar como a través de las narrativas emanadas de la experiencia territorial y de los diálogos horizontales producidos por la radio comunitaria-indígena, es factible sentar las bases de la interculturalidad y descolonización de mentes y acciones.

La radio debe ser valorada como un instrumento de uso social que pone en común los saberes y valores de la comunidad, entre ellos: el sonido. El uso social, político, económico y cultural de las sonoridades locales puestas al servicio de las historias radiales, otorga la posibilidad de crear una identidad única a la emisora comunitaria, y ser paradigma de la comunicación radiofónica en este Siglo XXI.

La descolonialidad de Boaventura de Sousa Santos, la cultura popular de Gilberto Giménez, y la interculturalidad vista por Francois Houtart, son las categorías teóricas eje de este trabajo.

Abstract

The stories of community-indigenous radio based on local experiences and popular culture are semantic products unique in a globalized media ecosystem that devours everything. Unlike public and commercial radio, community broadcastems empathetic narratives with the audience; speaks directly to the listener behind the receiving device by decoding the message; a message that is part of their daily lives and belongs to both of them.

This work aims to make it aware as through the narratives emanating from the territorial experience and the horizontal dialogues produced by community-indigenous radio, it is feasible to lay the foundations of interculturality and decolonization of minds and actions.

Radio should be valued as an instrument of social use that puts community knowledge and values in common, including: sound. The social, political, economic and cultural use of local sonorities put at the service of radio histories, gives the possibility of creating a unique identity to the community broadcaster, and being a paradigm of radio communication in this 21st century.

The decoloniality of Boaventura de Sousa Santos, the popular culture of Gilberto Giménez, and the interculturality seen by Francois Houtart, are the theoretical categories axis of this work.

Keywords: community-indigenous radio, decoloniality, interculturality and popular culture and sound

Resumo

As histórias de rádio comunidade-indígenas baseadas em experiências locais e cultura popular são produtos semânticos únicos em um ecossistema de mídia globalizado que devora tudo. Ao contrário do rádio público e comercial, la rádio comunidade difunde narrativas empáticas com o público; fala diretamente para o ouvinte por trás do dispositivo receptor, decodificando a mensagem; uma mensagem que faz parte de suas vidas diárias e pertence a ambos.

Este trabalho tem como objetivo conscientizar-se como através das narrativas emanando da experiência territorial e dos diálogos horizontais produzidos pela rádio comunidade-indígena, é viável estabelecer os fundamentos da interculturalidade e da descolonização da mentes e ações.

A rádio deve ser valorizada como um instrumento de uso social que coloca o conhecimento e os valores comunitários em comum, incluindo: som. O uso social, político, econômico e cultural das sonoridades locais colocadas ao serviço das histórias de rádio, dá a possibilidade de criar uma identidade única para a emissora comunitária, e ser um paradigma de comunicação de rádio neste século XXI.

A descolonialidade de Boaventura de Sousa Santos, a cultura popular de Gilberto Giménez, e a interculturalidade vista por Francois Hourtart, são o eixo teórico das categorias deste trabalho.

Palavras-chave: rádio comunidade indígena, descolonialidade, interculturalidade e cultura popular e

1. Introducción

¿Por qué es tan importante la radio comunitaria en esta era posindustrial marcada por el uso de la máquina, del yo, de la exaltación de la tecnología? En estos tiempos de exacerbación de la polaridad entre sectores sociales, económicos y políticos en distintas partes del orbe, basta ver a Brasil, Italia, Estados Unidos y, Grecia, donde la ultraderecha intenta gobernar “correctamente” a costa de sacrificar los derechos humanos.

En este avanzado Siglo XXI en que velocidad es virtud, y andar con paso lerdo es mal visto; en que la mirada de los millones de humanos se deposita en el aparato celular para ver de manera reiterativa decenas de imágenes, antes de alzar el rostro y mirar a la persona que está a lado; en que reflexionar y analizar son verbos en extinción, en ese territorio se encuentran las radios comunitarias-indígenas que parecen vivir un renacimiento en América Latina, Europa y África. En los tiempos de la *selfie* y las ciudades globales¹, la radio de uso social vive con nuevos bríos:

La *selfie* es el primer producto visual de la nueva cultura juvenil, global, urbana. Las ciudades globales, donde se habla de globos, aeronaves, satélites y en la actualidad drones. La ciudad global se ha vuelto indómita, el escenario es la agitación permanente. La mayor parte de los jóvenes urbanitas utilizan sus conexiones para la reivindicar nuevas formas de representarse a sí mismos en los medios sociales que están transformando el significado de la política, desde las revueltas urbanas en el mundo en vías de desarrollo, como las del Cairo”. (Mirzoeff, Nicholas, 2016)

¿Qué actores influyen para que cientos de personas y asociaciones de la sociedad civil deseen gestionar una radio de uso social? Estos cuestionamientos se realizan desde un México regido por un nuevo marco regulatorio,² que por vez primera reconoce como figura jurídica a las radios comunitarias perseguidas por más de cinco décadas por el Estado Mexicano, pero que aún tiene vacíos y deudas con los pueblos y ciudadanos excluidos de otros medios de comunicación.

El objetivo del presente artículo es visibilizar, a través de la cultura popular del investigador uruguayo radicado en México, Gilberto Giménez, de los estudios de la decolonialidad del escritor portugués Boaventura de Sousa Santos, y el concepto de interculturalidad del filósofo belga, Francois Houtart, la importancia de las emisoras comunitarias como productoras de narrativas basadas en las culturas locales que escapan a la globalización, capaces de establecer una comunicación horizontal y empática con las audiencias.

1 La socióloga holandesa Saskia Sassen hace referencia al concepto de Ciudades globales para referirse a estos territorios marcados por la tecnología digital desde se controla y maneja la macro economía mundial.

2 Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión puesta en vigor el 14 de julio de 2014.

Audiencias que en este modelo radiofónico son emisores y receptores con una característica distinta: la escucha.

Escuchar es una acción netamente cultural desarrollada gracias a la multiplicidad de sonidos, voces, palabras y músicas emanadas del territorio. Estas características enunciadas, hacen de la radio comunitaria una alternativa en la construcción de relatos diferenciados de los medios hegemónicos. En un futuro cercano, la radio comunitaria indígena se convertirá en un paradigma para otros medios de comunicación, en virtud del discurso original que construye.

2. La colonización de los medios

El ecosistema de los medios de comunicación en América Latina reproduce el esquema colonizado de las sociedades donde la epistemología del conocimiento se deposita en un grupo. El poder y saber está en los medios comerciales privilegiados por los gobiernos desde su llegada, en el caso mexicano en 1921, fecha de la primera emisión de la radio en el mencionado país.

Los medios comerciales pertenecen a un sistema hegemónico, en tanto los de uso social³ se ubican en la subalternidad. Es la historia de este país, privilegiar a los concesionarios comerciales. Para explicar teóricamente este fenómeno, se retoma al sociólogo alemán, Norbert Elías, quien escribe de dos segmentos de la población aún vigentes en estos tiempos, *establecidos* y *marginados*: “en la pequeña comunidad de Winston Parva era posible encontrar como en miniatura un tema humano universal. Es posible observar, una y otra vez, cómo los grupos que en términos de poder son más *fuertes* que otros grupos interdependientes que se consideran a sí mismos *mejores* que otros en términos de humanidad” (Elías, 2015:292). En palabras de la descolonialidad es posible expresar la exclusión de saberes, experiencias y descalificación de las cosmovisiones de un grupo poderoso hacia otro.

En los medios de comunicación las conductas sistémicas se reproducen automáticamente, frente a este esquema se apela al diálogo horizontal y no vertical prevalecido por años.

Aquí común y horizontalidad se proponen como características de una misma acción, la de la comunicación, precisamente, ¿pero cómo transformarla democráticamente? Cabe de nuevo un poco de “optimismo de la razón” si recordamos cómo estos discursos sobre horizontalidad y comunicación han sido llevado al debate público por la acción de los movimientos sociales. No se trata solo de insistir en que los movimientos sociales siempre se estructuran sobre el terreno de la comunicación y que de ella deriva la potencia de su impacto en la sociedad. La comunicación es al mismo tiempo materia y forma de los movimientos sociales:

3 En México se denomina medios de uso social a los medios comunitarios e indígenas a partir de la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2014.

materia porque ellos son por esencia intensivamente comunicativos y forma porque también son extensivamente comunicacionales, es decir, se forman y se afirman con la comunicación. (Negri, 2018:17)

En este territorio se ubica la epistemología del sur, planteada por Boaventura de Sousa Santos que tiene entre sus pretensiones está dialogar de forma horizontal con otras formas de conocimientos.

La historia documenta que los saberes de los medios comerciales y de servicio público han sido colocados sobre los comunitarios. Ese es el reclamo social y de quien escribe, por soslayar los conocimientos de las vidas, experiencias, músicas locales. Ante eso se propone regresar a la historia crítica, esto es, narrar la memoria de lo que ha sido la radio comunitaria-indígena a través de las historias de vida, biografía y acciones de la cotidianidad.

3. Historia crítica

La historia crítica, relata Carlos Aguirre Rojas, historiador mexicano, se concibe como una herramienta intelectual de las luchas y movimientos sociales de los grupos, las clases y los grupos subalternos de la sociedad capitalista (Aguirre Rojas, 2013). Las historias oficiales son escritas por los vencedores y se soslaya la participación de las clases subalternas, así como sus diferentes luchas contra el sistema capitalista⁴. “Es una lucha de la memoria contra el olvido, un intento por recuperar y por mantener viva la memoria de su propia historia, la memoria de sus luchas y reclamos, tanto como la reivindicación de sus distintos pasados, de esos “pasados vencidos”, y en su conjunto constituyen el espesor fundamental y la trama esencial de la verdadera historia” (Aguirre Rojas, 2013:22).

Ese pasado olvidado lo padecen los territorios indígenas y populares de América Latina, vistos como objetos antes que sujetos, como personas estáticas incapaces de decidir y producir. Se elimina su reflexión epistemológica o contexto cultural del conocimiento del sur como enuncia De Sousa Santos, (2019: 20) así como su rebeldía y enojo. Pocos hablan de sus acciones de resistencia para mantener viva la tradición, identidad y formas culturales, además de su apuesta de vida comunal para el desarrollo de la región. El silencio colonial aún predomina, se silencian los saberes de las poblaciones indígenas y urbanas populares.

Las acciones de las masas de campesinos, obreros, estudiantes, empleados, comerciantes, , migrantes y en general ciudadanos comunes y corrientes, son memoria, y de esa historia olvidada es de la que hay que hablar; de recuperar ese pasado construido a través de luchas, insurrecciones, revoluciones sociales,

4 Este discurso que pudiera parecer obsoleto, perteneciente a otro tiempo y espacio, es vigente en el 2019. Basta mirar las noticias sobre Siria, Afganistán e Irán, para advertir como se está construyendo la historia y desde qué óptica.

resistencias prolongadas y continuas que nos permiten enunciar estas palabras hoy en día. (Aguirre Rojas, 2013)

Marc Bloch, Fernand Brudel y Lucien Febvre, fundadores de la Escuela de los Anales de Francia (1929) al igual que Carlo Guinzburg⁵ de Italia, pertenecen a esta corriente de la historia crítica que en México impulsa Rojas Aguirre, quien de manera reiterada ha dicho;

Urge reescribir toda la historia incorporando de manera orgánica y sistemática dentro de su trama, a todos esos grupos y clases subalternas, que son los indígenas y las mujeres, los obreros, los campesinos y las distintas etnias, aunque a veces muy amplias esas minorías sociales de estudiantes, y los prisioneros, y los perseguidos políticos, en general los distintos grupos étnicos, recuperando el conjunto de sus acciones, intervenciones luchas y resistencias específicas (Aguirre Rojas, 2013: 23).

A esta historia crítica hay que regresar para entender la necesidad del dueño de la panadería de Amecameca de narrar la historia del pueblo a las nuevas generaciones a partir de música, pregones y cánticos (Radio La Voladora); o el coraje de la mujer violentada por su marido y la familia de éste (Radio Nahdía), o el migrante que desea le orienten para obtener sus papeles y transitar libremente por un territorio donde el gobierno desconoce el derecho a migrar como derecho humano (Radio intercultural).

Cada programa de una emisora nace de una necesidad. ¿Quién retoma esto en sus libros? ¿Quién incorpora en sus tesis académicas esas emociones como fundamento del significado de la radio comunitaria-indígena?

4. La historia de la radio se construye por fechas y sucesos

En México, como otras experiencias radiales de carácter comunitario a nivel mundial, han sido marcadas por sucesos contundentes. Radio *Jen Poj* ubicada en Santa María Tlahuitoltepec, en la sierra mixe de Oaxaca, transmitió de manera permanente la masacre contra los maestros de Nochixtlan el 19 de junio de 2016. Los locutores, periodistas y pobladores hicieron del micrófono el instrumento para informar y denunciar los asesinatos a integrantes del magisterio. Si no hubiera sido por *Jen Poj* y *Radio Nahdía* poca gente se hubiera enterado de este atentado. Otro ejemplo es *La Voladora*, radio dirigida por Verónica Galicia, convertida en el altavoz para avisar a los pobladores de Amecameca y regiones cercanas sobre las detonaciones del volcán Popocatepelt para estar alertas en caso de deslaves.

La radio comunitaria al contar con pocos o nulos recursos tiene que encontrar la manera de subsistir. ¿Cómo sobreviven las estaciones? Estas

5 Carlo Guinzburg, es uno de los representantes de la microhistoria en Italia. Conocido en México por su libro: *El queso y los gusanos*.

experiencias son parte de la historia de la radio comunitaria. Rafael Murúa Manríquez⁶, director de Radio Kashana, 93.3 *tú radio de verdad* de Santa Rosalía en Baja California, comparte su testimonio⁷:

La asociación: Ondas en la playa, integrado por diez personas pagaron el equipo técnico apoyados con la venta de publicidad por internet. Los trámites los realizaron con la ayuda de la AMARC México.

La obtención de recursos financieros para la producción de los programas y la manutención de la emisora los obtienen por la transmisión de mensajes de comercios locales, grupos deportivos y sindicatos que encuentran en ésta, un espacio para dar a conocer su producto, oficio o actividad. Ellos son, *Minisuper Delia*, Escuela de Basket Ball de Estados Unidos, Sindicato de Mineros (Minera coreana), Sindicato de Trabajadores, *Planet Pizza*, *Spot Bar*, la fundación: *Hagamos más con Santa Rosalía*, un taller mecánico y la librería (la única que hay en el pueblo). Lo que reciben son cantidades menores de mil pesos⁸. Aún no obtienen el apoyo del 1% dispuesto en el artículo 89 de la LFTR. Se espera que en este año sea posible. (Murúa, 2018)

Rafael también platica del vínculo social de la radio con la comunidad:

Radio Kashana busca el bienestar de la sociedad a la que se dirige. Los jóvenes que antes se dedicaban a vender metanfetaminas (muchos de ellos fueron asesinados por el narco), se integraron al equipo de trabajo, pintan el logotipo de la radio local. Otros habitantes que saben que la radio les pertenece, regalan pintura, madera y muebles para el local. La comunidad prefiere ver a un joven en la radio que vendiendo droga. Antes de la entrega de la concesión, la población veía con recelo la emisora, ahora se tiene buena acogida. La concesión permite el uso social del medio. La radio es un espacio físico pero también radioeléctrico. Es un factor de cohesión y una alternativa de una vida mejor para los delincuentes. Ha habido una apropiación de la radio por parte de la comunidad: No existen radios locales, eso favorece a Radio Kashana. Es una alternativa musical. En los talleres automotrices nos sintonizan; también en los carros traen la emisora a todo volumen. La gente que lleva sus radios la escuchan y se saben las canciones. Antes no le ponían atención, ahora la comunidad sabe de su existencia. No creen que sea posible tener una radio en Santa Rosalía. Les gusta y la escucha. (Murúa, 2018)

Estas expresiones y vivencias son parte de las micro historias necesarias para construir la memoria de las radio comunitarias en este país. En razón de

6 Esta entrevista la otorga Rafael Murúa a la autora en noviembre de 2018. El director de Radio Kashana fue asesinado el 20 de enero de 2019. Un atropello más a los periodistas de las radios comunitarias en México.

7 Las entrevistas fueron retomadas del artículo: La transformación de la radio comunitaria a partir de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la interculturalidad crítica, realizado por Graciela Martínez Matías para el libro: Análisis de las reformas en telecomunicaciones en México 2013-2016: alcances y limitaciones, perteneciente al proyecto PAPIT 2017-2018.

8 Aproximadamente 50 dólares.

los testimonios enunciados es posible decir que a la radio comunitaria no se le puede enmarcar en un *corset* semántico, las expresiones, necesidades, vínculos con la comunidad y la programación son tan diversas que quien esto escribe renuncia a meterlas en una sola categoría. La riqueza cultural, social y sonora de cada una de ellas obedece a una complejidad estructural, que bien se haría en dejar en libertad para que cada una le asignara un nombre, más allá del concepto de radio comunitaria.

En esta nomenclatura están las tradicionales radios mineras, indígenas y comunitarias, a las que se suman las *radiobocinas* en el barrio o colonia de la urbes, las de migración, interculturales, multiculturales, las del campo, de la frontera, insurgentes, y por supuesto las radios locas, y otras más. Lo importante es su reconocimiento como difusoras y preservadoras de las culturas populares, en particular de la indígena, invisibilizada por siglos.

5. La cultura en el proceso de transformación social

La cultura es un concepto tan complejo que para fines de este artículo se analiza desde dos miradas: la vertiente simbólica de Clifford Geertz y Gilberto Giménez, quienes la definen como una telaraña de significados compartidos e interiorizados por un grupo social en un contexto histórico determinado, y la ingeniería de la cultura de Gloria Gaitán, quien expone: “no hay transformación posible de un país o de un determinado conglomerado social, cualquiera que sea su actividad, si no se tiene en cuenta el cambio de cultura de los seres humanos que lo integran. (Gaitán, 2016: 12)

La dimensión cultural vista como parte sustantiva de la transformación social, dice Francois Houtart, adquiere nueva significación, se trata de descolonizar a las mentes: “esto significa edificar una nueva lectura de la realidad, elaborar una nueva ética, promover nuevas motivaciones de acción. Se trata de una labor de “concientización, según el concepto de Paulo Freire” (Houtart, 2016:8).

Desde esta perspectiva, entonces, la comunicación comunitaria indígena formaría parte del concepto de ingeniería cultural, al ser parte de un proceso de cambio en función de un proyecto popular opuesto a la lógica de un capitalismo centralizador. Al respecto, Gloria Gaitán establece:

La fuerza y dinamismo de esta transformación desaparecen cuando desdeñamos la modificación de la cultura que, para la ingeniería cultural, significa el repertorio de convicciones que rige la vida de un pueblo y no como sucede en otras ocasiones, otorgándoles el sentido de conocimientos indefinidos de carácter educativo o de exclusivas expresiones artísticas, literarias o folclóricas.

Porque la cultura es la que ordena nuestro comportamiento, al establecer nuestra escala de valores y nuestra percepción del mundo que nos rodea, haciendo de ella el verdadero regente de nuestra vida, tanto en lo personal como colectivo. (Gaitán, 2016:12)

En el concepto de cultura al que nos remite Gaitán es posible ubicar a la comunicación indígena y las prácticas que de ella emanan, donde la identidad juega un papel de primera importancia pues fortalece su rostro frente a la cultura de masas que desvirtúa y folcloriza su esencia.

6. Comunicación indígena

Hablar de comunicación y cultura remite a analizar los elementos de identidad compartidos por un grupo social, que cobran visibilidad en las comunidades indígenas y barrios urbanos. Al respecto, el investigador Gilberto Giménez señala: “La relación entre comunicación y cultura podemos encontrarla también al articular cultura e identidad, puesto que son inseparables “debido a que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa (...), la cultura es fuente de identidad (Giménez en Cornejo, 2005, inédito). Por tanto, la comunicación es una serie de procesos sociales y simbólicos de apropiación, recreación y resignificación de los productos comunicativos. Empero, este proceso de comunicación comunitaria indígena, comenta el maestro Sócrates Vázquez, fundador de Radio Jen Poj en Santa María Tlahuitoltepec Oaxaca, va mucho más allá de las acepciones e instrumentos estudiados durante décadas.

Esta coyuntura histórica que se vive, exige volver la mirada a las filosofías emanadas del territorio de los pueblos de América Latina. Es momento de pensar en la tan anhelada epistemología del sur, y otorgar a los sueños, emociones, siembra, fiesta, tequio, la relación con la naturaleza, el grado de conocimiento. De esta manera, las acciones comunicativas de los sujetos en los quehaceres comunales, con la naturaleza y con lo onírico pueden conducir a la interculturalidad, no vista como utopía, sino como realidad cotidiana.

“La interculturalidad no es un concepto, sino una ética. La interculturalidad no puede ser utilizada por la cultura dominante como una herramienta hegemónica. Significa, al contrario, el fin de la dominación, de una cultura occidental, futuro de una modernidad influida por la lógica de la mercancía y la aceptación del aporte de todos los saberes, las filosofías, las espiritualidades, es decir las culturas para la construcción de un nuevo paradigma post-capitalista, basado sobre la vida y no la muerte” (Houtart, 2016, 10).

Esta reflexión sobre el cambio cultural para la transformación de la sociedad nos lleva a pensar que la comunicación indígena llena de simbolismos, experiencias y saberes soslayados durante siglos, plasmada en varios instrumentos, entre ellos la radiodifusión puede ser el nuevo paradigma de los años venideros.

Para profundizar en esta idea, se comparte el testimonio del doctor en Desarrollo Rural por la Universidad Autónoma Metropolitana, Sócrates Vázquez, investigador de la comunicación y la radio indígena, quien refiere lo siguiente:

Hablar de la comunicación indígena comunitaria remite a pensar y entender la cosmovisión de los pueblos indígenas y sus comunidades. Su relación con el todo, principalmente con las formas de relacionarse con el entorno biótico y abiótico, es decir, con los seres naturales y espirituales.

Se puede decir que la comunicación indígena no es solo el hecho de hablar una lengua, sino entender y comprender las diferentes maneras de relacionarse con el territorio. Es así como podemos entender la importancia que tiene los territorios indígenas en la actualidad, porque no solo es la comunidad amenazada por los grandes proyectos extractivos, es una lucha contra todas las formas de vida, entre ellas la comunicación.

La comunicación indígena no está limitada a las formas e instrumentos de comunicación, sino que trata de posicionar y mostrar la integridad de la vida, para tener la sensibilidad de comunicarnos con los “otros”.

En este sentido es posible expresar que los principales desafíos en el ámbito académico y en los medios de comunicación son los siguientes:

- a. La comprensión de lo que hoy se entiende por comunicación indígena;
- b. mantener los espacios de la comunicación indígena para su desarrollo;
- c. su reproducción en los medios de comunicación.

Una de las formas más idóneas para lograrlo, y que en los últimos 15 años ha tenido un rápido crecimiento es la radio indígena, de su tránsito de la ilegalidad a ser propietario de una concesión de uso social adjudicada por el Estado Mexicano. En este sentido toca a la radio indígena, comprender, sentir las formas de comunicación que existen y se dan en los territorios, ser capaz de inventar nuevos formatos radiofónicos que permitan comprender estas otras formas de hacer comunicación. Otro de los desafíos que enfrentan es la violencia que se ejerce en el territorio, no solo por el despojo, sino porque atenta contra toda forma de vida, incluso, por los que hacen la radio.⁹

Lo expuesto por Houtart, Gaitán y Vázquez García nos llevan a enunciar que el trabajo comunal a partir de la comunicación indígena es una forma de descolonizar la educación y el pensamiento. Por tanto, la dualidad territorio-comunicación indígena son fundamento para la emanación de relatos que serán subidos a instrumentos de comunicación, en este caso, la radio comunitaria indígena, para el cumplimiento de este objetivo.

7. La radio comunitaria

El concepto de radio comunitaria es una categoría construida de manera arbitraria que intenta reflejar la proximidad y cercanía de hombres y mujeres

9 Testimonio compartido por el doctor Sócrates Vázquez García para este artículo.

pertenecientes a un territorio social y cultural que buscan construir sus propios medios que les permita ejercer su derecho a comunicar

El derecho a comunicar es una lucha añeja, a la par que el derecho a la información y libertad de expresión, todos derechos humanos, que sin embargo fueron y en algunos países aún son negados por los Estados.

En estos movimientos sociales se ubica la radio comunitaria indígena construida por asociaciones, pueblos y personas que no encuentran representadas sus necesidades culturales, sociales, políticas, lúdicas en medios de comunicación comerciales y de servicio público, y se ven obligados a construir sus emisoras de manera libre o bajo el amparo de las leyes de sus países, para la visibilización, expresión, difusión y deliberación de sus cosmovisiones, narrativas, pensamientos y exigencias.

La radio comunitaria se constituye como parte de la triada de modelos de comunicación (comercial, servicio público y comunitaria-indígena) para la construcción de la democracia. Este modelo de uso social, es representación real y simbólica de la resistencia; es también promotora de saberes emanados del territorio físico, simbólico y cultural, pero sobre todo, productora, difusora y constructora de relatos que dialogan de forma empática con las audiencias. Esas audiencias que se sienten y saben representadas en esas narrativas, próximas a sus relatos. Como señala el antropólogo italiano, Mauro Cerbino, “El planteamiento de una comunicación mediática comunitaria pretende apostar por una alternativa que contribuya a desvirtuar ese efecto, porque basa su fuerza en la copresencia de los cuerpos en relación con los entornos territoriales dotados de historia y acción social y política” (Cerbino, 2018: 28). El reto, es repensar la comunicación como acción del común, remata Cerbino. Sobre todo si se entiende que los sistemas de reproducción de vida se reproducen en la radio. Entender el significado y alcance social, político y cultural de los medios de comunicación indígena- comunitaria, o llamados de proximidad es fundamental para una sociedad, pero también para sus legisladores y gobernantes. En el caso mexicano, después de más de cuarenta años de persecución de los medios comunitarios indígenas finalmente el 14 de julio de 2014, con la promulgación de la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTyR), son reconocidos bajo la figura de medios de *uso social*. La LFTyR tiene aún muchas deudas¹⁰ con las concesionarios comunitarios, pero es posible enunciar que a cinco años de su puesta en vigencia, se han entregado 74 concesiones de uso social, 10 indígenas y 63 comunitarias, la mayor parte concentradas en el sur del país. Las razones son variables, pero obedece, sobre todo a una tradición de lucha por el derecho a comunicar más fuerte en Oaxaca, Chiapas, Michoacán y Guerrero.

La experiencia de investigación empírica en México, permite enunciar que en el 2019 la radio comunitaria-indígena tiene en su esencia la rebeldía, y en

10 Revisar: Chávez Fonseca y Martínez Matías, 2015, “Insuficiencias normativas en la regulación de la radio de uso indígena”, en Ramírez, Agustín y Salgado, Eréndira (coord), *Nuevo marco regulatorio de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, 1ª edición, México, Editorial Porrúa, p. 262.

su espíritu la resistencia. Los contenidos son retrato sonoro de las acciones cotidianas que otorgan la posibilidad de poner en común la vida de un pueblo o barrio. La interculturalidad es una realidad.

Los saberes emanados de los territorios llevados a las narrativas radiofónicas y convertidos en conocimiento permite enunciar que la radio es un medio para sentar las bases de la descolonización. La epistemología del sur está en sus relatos e historia sonoras.

En este ámbito y para finalizar es importante la referencia a las sonoridades comunales-indígenas.

No es posible hablar de radio indígena sin enunciar la sonoridad inherente de las comunidades. Cultura, identidad y radio están directamente vinculadas con el sonido

Éste no es solamente una serie de ondas reproducidas en el ambiente, el sonido representado en palabras, efectos, música y silencio, es espejo de una sociedad en un espacio y momento histórico.

8. El sonido comunal indígena

El sonido es representación de una sociedad en tiempo y territorio específicos. El sonido es arte¹¹, cultura e identidad. El músico canadiense Murray Schafer comenta que cada territorio tiene su propia sinfonía; importante es aprender a escucharla para entender la sociología y economía del pueblo, escribe Jaques Attali (2002). El paisaje sonoro es una presencia permanente, del sujeto depende si desea que su entorno sea regido por la armonía o el caos.

El sonido representado en palabras, ruidos, música y silencio es retomado por la radio para la construcción de sus relatos. De ahí que sea importante poseer una cultura del escucha para retomar las sonoridades que enriquecerán la parrilla programática. Cada territorio al ser poseedor de sonidos únicos otorga la posibilidad de tener una radio con una identidad distinta a los distintos medios. Sin embargo, pocos hacedores de la radio comunitaria-indígena recogen sus sonoridades para la construcción de los relatos contemporáneos.

Los sonidos de los árboles gruñen en invierno, los viajes del agua en ríos y lagunas, el caminar de las mujeres en la madrugada cuando llevan el nixtamal al molino, las conversaciones de los hombres en el campo en el cuidado de los borregos, los ruidos cuando se amasa la harina para el pan; los gritos de los niños al salir de la escuela, el sonar de las banda de música, etcétera. Esas sonoridades emanadas de la naturaleza y de las prácticas rutinarias de los hombres, mujeres y niños habitantes de esos territorios hay que incorporarlos a las narrativas radiofónicas. En esas sonoridades está la diferencia semántica y significativa frente a radios comerciales y de servicio público.

11 Luigi Russolo en el Manifiesto: *El arte de los ruidos*, enuncia por primera vez en 1913, que el ruido es arte.

Traten de escuchar la siguiente rúbrica de identificación de una radio ubicada en la región de la mixteca alta en Oaxaca, México.

Operador	Entra en primer plano efecto de canto del gallo/ Liga con rebuznido de burro/ y viento/ baja y Fondea
Locutor	(Aspira el aire) en fresno radio... 99.9 Del cuadrante
Operador	Efecto de mujer que hace tortillas/con fx De gallinas...
Locutor	Tú estás escuchando... la vida;
Operador	Rompe con la canción: el zopilote mojado

El sonido de las culturas locales de comunidades y territorios indígenas son fundamentales para hacer único este modelo radiofónico. El uso estético y aplicación de sus sonoridades llevarán a la radio comunitaria indígena a ser paradigma de la comunicación.

9. Reflexiones finales

En el Siglo XXI, en la llamada sociedad postindustrial, con todo el desarrollo tecnológico y digital que la caracteriza, la radio comunitaria se yergue como un oasis para las poblaciones del mundo soslayadas por los medios hegemónicos centrados en producir contenidos comerciales o afines a los gobiernos en turno. Este modelo de comunicación de proximidad, es receptor de los intereses humanos de las minorías: migrantes, indígenas, obreros, campesinos, mujeres, pero además, ofrece herramientas para la emancipación de estos grupos sociales a partir del uso de la palabra como uno de los principales elementos de la resistencia y rebeldía. La radio, es el receptáculo de las grandes batallas de los movimientos sociales de los pueblos de América Latina, África y algunos países de Europa. Parte de la historia de estas grandes luchas pueden narrarse a partir de las emisoras comunitarias, rebeldes, libres, insurgentes, indígenas, o bajo la nomenclatura que sean denominadas. Simbólicamente pertenecen, en el ecosistema comunicativo global, a la subalternidad. En razón de ello, y por su naturaleza humanista, y el papel desarrollado a través de la historia mundial, está llamada a ser el medio que sin restricción alguna construye relatos de la vida cotidiana de hombres y mujeres invisibilizados en otras radios. Emociones, narrativas oníricas y de la cultura popular se escuchan en esta radio. De ahí su alcance y relevancia: sus programas “tocan y abrazan” con sus palabras, sonidos y música a las audiencias. Y por supuesto, el derecho a la información y libertad de expresión, están presentes.

Por este motivo, la radio comunitaria indígena está llamada a convertirse en paradigma de comunicación al ser el único medio que su apuesta íntegra es por el bienestar común. Lo común como esencia y espíritu de su ser. La proximidad entre quienes producen y escuchan la radio es tan cercana que en ocasiones la distancia se invisibiliza.

La radio, en tanto comunicación indígena no ha sido comprendida en su totalidad, dice Sócrates Vázquez, “las leyes actuales solo están pensadas en las formas utilitarias de la comunicación, no se piensa la comunicación como una apuesta para salvar la vida. Es necesario superar las formas impuestas por la modernidad para comprender el mundo, es decir, hay que superar la colonialidad en sus dimensiones del ser, pensar y estar”, y la radio es una alternativa para la construcción de una epistemología del sur, como dice Boaventura de Sousa Santos. La radio comunitaria es la herramienta para poner en alto los relatos de la cultura local, muchas veces marginados, nunca comprendidos y folclorizados como objetos por la alta cultura y cultura de masas. Es el instrumento para la lograr la interculturalidad y la descolonización de las mentes.

La herramienta más valiosa para la liberación social, política y económica de los pueblos con espíritu creativo, es la autoestima, expresa el filósofo belga Francois Houtart. Es ella la que en realidad está al centro de las gestiones y tareas de la ingeniería cultural, porque la autoestima permite y estimula pensar por cuenta propia. Ese es el llamado para los hacedores de la radio comunitaria, tener autoestima, saber que sus relatos emanados del territorio, de la vida comunal son únicos, y difíciles de ser decodificados por sujetos ajenos a su cultura. También, no deben olvidar que el uso de sus sonoridades, vinculadas a su identidad, potencializará su riqueza semántica.

Referencias bibliográficas

- Aguirre Rojas, Carlos (2013), *Antimanual del mal historiador o ¿cómo hacer hoy una buena historia crítica?* Bogotá, Colombia: Ediciones desde abajo.
- Cultural Survival, 2015, *Situación de la Radiodifusión Indígena en México*, Cambridge. E.U, en: “<https://www.culturalsurvival.org/sites/default/files/DiagnósticoLa%20Radiodifusión%20Ind%C3%ADgena%20en%20México%20version%202.pdf>”
- Chávez Fonseca y Martínez Matías, (2015), “Insuficiencias normativas en la regulación de la radio de uso indígena”, en Ramírez, Agustín y Salgado, Eréndira (coord), *Nuevo marco regulatorio de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, 1ª edición, Ciudad de México, México: Editorial Porrúa.
- De Sousa Santos, Boaventura (2018), *Introducción a las epistemologías del sur*, en Meneses Maria Paula y Bidaseca, Karina, *Epistemologías del Sur*, Quito, Ecuador, Centro de Estudios Sociales Universidade de Coimbra/CLACSO.
- Elias, Norbert, (2016), *Establecidos y marginados. Una investigación sobre problemas comunitarios*, Ciudad de México: México: Fondo de Cultura Económica
- Gaytán, Gloria (2017), *La ingeniería cultural en el futuro indoamericano*, En, Houtart, Francois (editor), *Cambios de las culturas, ingeniería cultural y pedagogías*, Bogotá: Colombia: Desde Abajo.

- Giménez, Gilberto (Coord) (2017), *El retorno de las culturas populares a las Ciencias Sociales*, Ciudad de México, México, Ed. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM.
- Houtart, Francois (2017), *Cambios de las culturas, ingeniería cultural y pedagogías*, Bogotá, Colombia: Ed. Desde Abajo.
- Magallanes, Blanco y Ramos Rodríguez (Coords) (2016), *Miradas propias, pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*, Quito, Ecuador: Editorial Ciespal.
- Martínez Matías, Graciela (2017). *La transformación de la radio comunitaria a partir de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la interculturalidad crítica*, en Sosa, Georgina (coord.), *Análisis de las reformas en Telecomunicaciones y Radiodifusión en México 2013-2016: alcances y limitaciones*, Ciudad de México, México: UNAM.
- Negri, Antonio (2018), "Prólogo", en Cebino, Mauro, *Por una comunicación del común, Medios comunitarios, proximidad y acción*, Quito, Ecuador: Ciespal.
- Mirzoeff, Nicholas (2016), *Cómo ver el mundo, una nueva introducción a la cultura visual*, México: Editorial Paidós.
- Entrevistas realizadas a los directores de las radios comunitarias. Se cuenta con su autorización para la publicación de sus testimonios.
- Lic. Rafael Murúa Manríquez, director de Radio Kashana, Santa Rosalía, Baja California Sur, realizada en noviembre de 2018, vía telefónica.
- Lic. Verónica Galicia, directora de radio La Voladora, Amecameca, Estado de México. Entrevista realizada en noviembre de 2018, vía telefónica.
- Dr. Sócrates Vázquez, fundador de Radio Jen Poj y de la Universidad Comunal Intercultural de Tlahuitoltepec, Oaxaca. Ofreció su testimonio por escrito en mayo de 2019.



Introducción:

Comunicación comunitaria, políticas y ciudadanía

Introduction: Community Communication, Politics and Citizenship

Introdução: Comunicação comunitária, políticas y cidadania

Cicilia M. KROHLING PERUZZO

Universidade Anhembi Morumbi / cicilia.peruzzo@gmail.com

Manuel CHAPARRO ESCUDERO

Universidad de Málaga / mch@uma.es

Erick R. TORRICO VILLANUEVA

Universidad Andina Simón Bolívar / etorrico@uasb.edu.bo

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 75-94)

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

Ecuador: CIESPAL

Resumen

La comunicación comunitaria, objeto de este número de Chasqui, cobran hoy renovado interés. Las condiciones actuales retan a revisar, tanto las políticas públicas como las prácticas de los medios comunitarios, para mantener activa la participación y la incidencia social en un contexto de crisis sistémica y en ausencia de una ética del poder. Los medios comunitarios, pese a sus circunstancias y diferencias internas, intervienen en la construcción de nuevas narrativas para la vida, desde un compromiso que responde a principios de Ética, Ecología y Equidad. En ese sentido, se presenta aquí diez experiencias iberoamericanas sobre otra comunicación, hecha desde abajo y comprometida con cambios necesarios a la evolución civilizatoria de las sociedades, comunicación que tiene un norte compartido: el de los derechos de los sectores sociales todavía excluidos y la consiguiente lucha por la transformación en vista a la construcción de comunidad.

Palabras clave: comunicación comunitaria, derechos, ciudadanía, democratización, participación

Abstract

Communication and community media, subject of this issue of Chasqui, experience a renewed interest today. The current conditions challenge to review both, public policies and community media practices, to keep participation active and social incidence in a context of systemic crisis and in the absence of an ethic of power. Despite their internal circumstances and differences, they are involved in the construction of new narratives for life, from a commitment that responds to the principles of Ethics, Ecology and Equity. 10 Ibero-American experiences about 'other communication' are presented here, and committed with necessary changes in society, communication that has a shared north: that of the rights of the social sectors still excluded, and the consequent struggle for transformation in view of community building.

Keywords: community communication, rights, citizenship, democratization, participation

Resumo

A comunicação comunitária, objeto desta edição de Chasqui, recebe um interesse renovado hoje. As condições atuais desafiam a revisão de políticas públicas e práticas de meios comunitária de comunicação para manter a participação ativa e a incidência social em um contexto de crise sistêmica e na ausência de uma ética de poder. Os meios comunitários, ao que pese suas circunstâncias e diferenças internas, interveem na construção de novas narrativas para a vida, a partir de um compromisso que atende aos princípios da Ética, Ecologia e Equidade. Nesse sentido, são apresentadas aqui dez experiências ibero-americanas em outra comunicação, feitas a partir de baixo e comprometidas com mudanças necessárias à evolução civilizatória das sociedades, comunicação que tem um

norte compartilhado: o dos direitos dos setores sociais ainda excluídos e a consequente luta pela transformação em vista da construção de comunidade.

Palavras-chave: comunicação comunitária, direitos, cidadania, democratização, participação

La comunicación comunitaria, objeto de las investigaciones que se recogen en ese número de Chasqui, cobra hoy un nuevo interés.

El uso cada vez más común de las redes sociales digitales y los nuevos hábitos de consumo de medios y producciones audiovisuales no lineales, constituyen retos que obligan a revisar las formas de establecer la comunicación con y entre la ciudadanía para mantener activa la participación y la incidencia social.

Estas circunstancias añaden dificultades que deben también ser vistas como desafíos para repensar los usos, las formas, los contenidos, las estéticas y, sobre todo, las narrativas discursivas de relacionamiento entre significados y significantes desde las que afrontar una realidad global de crisis sistémica, consecuencia de un modelo económico que ha usado los medios para propagar verdades mentirosas desde emociones irracionales. Por eso, los medios comunitarios están obligados a repensar y debatir la comunicación.

La denominada crisis económica es permanente para la población excluida de los beneficios del desarrollo, una mayoría representada por cuatro quintas partes de la humanidad. Tal situación es provocada por la imposibilidad de un crecimiento infinito en un planeta finito, pero también, por la ausencia de una ética del poder que redistribuya la riqueza ya generada, así como por la corrupción y la toma de decisiones determinadas por las transnacionales industriales y bancarias. La crisis no es económica; el eufemismo sirve para esconder una crisis ética. Una parte del mundo obesa debe dejar de crecer para que la otra pueda crecer.

Esta realidad refleja discursos en los medios ciudadanos y comunitarios, como medios horizontales que construyen territorio y tejido social, debates que afrontan desafíos y propuestas de intervención. Por ello, más allá de las políticas públicas que beneficien y reconozcan la igualdad de derechos de los diferentes actores de la comunicación, comunitarios, públicos y privados comerciales, es imprescindible saber qué hacer con las herramientas de las que disponen los movimientos sociales y las comunidades. Un análisis de la evolución de los medios comunitarios y su situación presente reflejan la inevitabilidad de repensar tanto las políticas públicas como las prácticas de los medios comunitarios para crear condiciones equitativas de participación ciudadana y favorecer la sostenibilidad comunitaria.

Las narrativas desde las que piensan hoy las redes continentales y regionales de medios comunitarios empiezan a expresar discursos decoloniales, en el sentido en que reconocen haber asumido enseñanzas y discursos mediáticos

que contradicen la realidad y nuestra naturaleza misma, en la necesidad de descontaminar creencias, aprendizajes y prácticas nocivas instaladas por la sociedad del desarrollo. Este sentir decolonial no es exclusivo de una “epistemología del Sur”, porque es justamente el denominado Norte, desarrollado, occidental y propagador de imaginarios “universales” quien más está obligado a cambiar. Existe hoy un Sur de empobrecidos y un Norte de enriquecidos, sin que ello responda a realidades geográficas definidas. Norte y Sur conviven en todas las sociedades. En este sentido, el desarrollismo ha acrecentado la inequidad en todo el planeta.

Como seres eco-dependientes los humanos han asumido, absurdamente, un racionalismo supremacista que considera la dominación de la naturaleza en su exclusivo beneficio, que usa la ciencia desde una mirada colonial para imponer criterios epistemológicos que desconsideran otros saberes.

En estos cuestionamientos ya no cabe solo una crítica al eurocentrismo dominante, sino al androcentrismo y al antropomorfismo. El ser humano no es el único ser con derechos; hay que considerar los derechos de la tierra y del conjunto de seres que la habitan, sin los que no hay opciones reales de vida o sobrevivencia en el planeta. La evolución construyó un fractal de equilibrios de inteligencia natural que la sobreexplotación de recursos, por simple especulación, está destruyendo.

A pesar de las diferencias existentes entre los medios comunitarios dentro de los países y entre ellos, hay una cierta tendencia común que se manifiesta en el trabajo en favor del común y de las comunidades. Los medios comunitarios, están interviniendo en la construcción de nuevas narrativas para la vida, desde un compromiso que responde a tres principios básicos: Ética, Ecología y Equidad.

Una ética que implica poner la centralidad en la consideración de interdependencia del ser humano con el planeta. Un sentir ecológico que permita el uso de recursos sin destruir ecosistemas. Una equidad sostenida en una economía capaz de redistribuir la riqueza generada y considerada desde límites de suficiencia. El sentido de la evolución no está en el progreso, sino en la armonía con los ecosistemas. La tecnología, la invención, la innovación, deben ir en esta dirección; si no contribuyen a la eudaimonía¹, a la felicidad, carecen de sentido. Este es un sentir originario y universal en el ser humano, fuente de vida y conocimiento evolutivo, y que los pueblos andinos y amazónicos identifican como el buen vivir.

Este repensar decolonial tiene como ideas motor la matrística, el pensamiento ecosistémico, la recuperación de la soberanía local y la construcción de redes de experiencias y conocimientos compartidos. Ello implica trabajar no una “comunicación para el desarrollo” sino más bien otra

1 En la filosofía clásica griega la eudaimonía significa felicidad, la armonía con la naturaleza y los seres y el crecimiento interior. Tener más no es lo importante; lo importante es la riqueza interior. En este sentido, el término se asemeja al concepto del “buen vivir”.

para salir de él y de los desastres provocados por prácticas que amenazan con el colapso del planeta. El control de las tecnologías, de los medios comunicación e información ha conseguido en el último siglo hacer del conjunto de medios un sistema ventrílocuo de propaganda para convencer e imponer un modelo de vida basado en la irracional felicidad del consumo sin límites y sin atender las consecuencias que ello lleva aparejado.

La matrística es la base de la organización socio-cultural originaria anterior al dominio patriarcal y la construcción de las patrias. Conlleva, desde un sentir femenino, desde lo maternal, desde la emoción de dar y respetar la vida, poner los afectos y los lazos entre la gente en el centro de la existencia y en comunicación con los ecosistemas. Sentires que continúan vivos en muchos pueblos y hoy son reivindicados desde la recuperación de derechos igualitarios por los movimientos feministas que no solo movilizan a mujeres. Este sentir reconoce y reivindica la importancia del matriarcado no como una imposición sino como cooperación necesaria no jerarquizada entre mujer y hombre. Una sociedad androcéntrica no es posible ni razonable.

El sentir ecosistémico encuentra su sentido en esta relación que pone al ser humano en simbiosis con su naturaleza eco-dependiente, que reconoce el planeta como un ser vivo que tiene derechos. Los Derechos Humanos son esenciales, pero responden a un patrón definido por las potencias coloniales (ONU, 1948); no son fruto de un verdadero consenso. De ahí la importancia de los Derechos de los Pueblos Indígenas en que se reconocen derechos comunitarios (ONU, 2007); sin embargo, ninguno de ellos debe desconocer los Derechos de la Madre Tierra (Río+20, 2012).

El cambio climático, antesala de una crisis sistémica global, no debe ser tratado como una prosopopeya. No hay lugar para la retórica; la naturaleza no es culpable, tampoco el conjunto de los seres humanos, sino los comportamientos antinaturales impuestos por un modelo económico que solo beneficia a una minoría. Lo que hoy vive el planeta es una crisis civilizatoria.

La soberanía local, porque facilita la toma de decisiones compartidas en beneficio de la comunidad y el territorio, ha de ser la base que construye las redes globales de interacción social y cultural, entre ellas las comunicacionales.

Los medios de comunitarios; rurales, campesinos, indigenistas, urbanitas (aquellos que construyen desde las ciudades discursos contrahegemónicos) deben hoy habitar los territorios desde estos desafíos; de ahí la importancia de profundizar en la investigación aplicada, en la sistematización de prácticas replicables que incidan en transiciones ecosociales. La urgencia hoy no es otra que el presente de las futuras generaciones; como afirma el dicho andino, “ahora es cuando”.

La sociedad civil, a lo largo de la historia, se ha responsabilizado de desarrollar prácticas comunicativas, investigar y aplicar desde la ciencia, en un intento de contribuir a cambiar situaciones en las sociedades donde lo público ignora derechos de colectivos y comunidades. Y, al mismo tiempo, ha buscado

construir nuevas bases de convivencia comunitaria y mejoría de las condiciones de vida de estratos sociales organizados en comunidades, así como de grupos con afinidades socioculturales en común.

En este empeño están los medios no comerciales de la sociedad civil y las diferentes formas de la comunicación popular, comunitaria y alternativa. En algunos contextos empleando, aún, la cuestionada denominación de “comunicación para el desarrollo y cambio social”, exportada por ONG y organismos de cooperación internacional.

Este número de Chasqui intenta agregar una variedad de experiencias que evidencian algunos de estos tipos de expresión comunicacional, o sea, de otra comunicación, hecha desde abajo y comprometida con cambios necesarios a la evolución civilizatoria de las sociedades. No obstante, los límites de espacio contenidos en un número de una revista científica no permiten una representatividad mayor de la riqueza comunicacional de la perspectiva existente en Iberoamérica.

Antes de presentar los artículos que componen este número, comentamos algunos aspectos generales y conceptuales pero singulares del ámbito comunicacional comunitario en Iberoamérica y el Abya Yala²/Latino-América, con sus diferentes expresiones originarias, afro, latinas y mestizas.

La praxis de la comunicación comunitaria es un tema que encierra complejidades porque los conceptos y las prácticas contienen matices diferentes.

Según el contexto, se construyen prácticas comunicativas diferenciadas en función de las condiciones operativas (recursos disponibles, financiación o no por el poder público), situación político-ideológica, grado de conciencia sobre los derechos participativos de la ciudadanía, percepción que se tiene de comunidad y elementos derivados de genuinas circunstancias locales y culturales. Por ejemplo, las prácticas y visiones de la comunicación donde hay asociaciones comunitarias organizadas cuyos liderazgos residen en el espíritu colectivo, en comparación con aquellas dirigidas por liderazgos personalistas y/o dependientes políticamente de los poderes que subvencionan los medios (políticos profesionales o órganos públicos etc.).

En esa perspectiva, una experiencia de radio comunitaria en una comunidad andina, amazónica o en un barrio de una ciudad donde hay un colectivo gestor con sentido comunitario fuerte, ofrece resultados diferentes de otras experiencias desarrolladas en alguna localidad de España, Bolivia o del interior de Brasil, cuando la idea de comunidad es más débil y no aglutina al conjunto.

Por otra parte, la comunicación comunitaria también se expresa en diferentes lenguajes y formatos, desde el sonido, como en el caso de la radio o del altoparlante, hasta el audiovisual a través del vídeo y de la televisión

2 Los originarios y los llegados en diferentes migraciones.

y los múltiples canales de distribución (sitios, redes digitales, plataformas colaborativas, aplicativos, etc. :) a través de Internet.

No obstante, ese segmento de la comunicación, la comunitaria, que muchas veces es calificada como comunicación popular o alternativa, no se limita a medios y canales mediados por la tecnología. Esta comunicación pone más el acento en el proceso que en el medio, es también una comunicación cara a cara, personal, interpersonal y grupal. O sea, una comunicación como diálogo que favorece la constitución del común, del espíritu comunitarista, del nosotros y de los procesos de coordinación de acciones.

Las diferencias y singularidades brevemente apuntadas en las prácticas, también ayudan a comprender las cuestiones conceptuales que se involucran. Los conceptos no son unívocos porque son reflejos de prácticas sociales entendidas desde concepciones teóricas originales, como, por ejemplo, la concepción de comunidad, de movimiento social, de “desarrollo”, de ciudadanía. Por tanto, los conceptos de comunicación comunitaria pueden referirse a visiones de la misma como actividad que tiene lugar tanto en el ámbito de ciudades o municipios como de pequeñas comunidades, barrios, comunidades étnicas o grupos sociales organizados con características y afinidades ideológicas y culturales compartidas.

Así, desde el punto de vista conceptual, es necesario aclarar que todos estos tipos de experiencias comunicacionales no son calificadas necesariamente de comunitarias, pero sí de comunicación popular o de comunicación alternativa, o aun de comunicación que propicia mejoras sociales y de derecho, más allá de las consideraciones trasnochadas de desarrollo y cambio social sostenidas a partir de la noción tradicional del crecimiento económico.

En fin, no importa tanto cómo son nombradas, o por qué nombre son caracterizadas, pero sí el entendimiento de los procesos que generan y ayudan a desplegar, visto que siempre se involucran en dinámicas más holísticas de intervención social.

En otros términos, estamos ante un fenómeno comunicacional que nunca se desarrolla de forma aislada, ya que es parte de procesos de movilización de segmentos sociales en lucha por sus derechos y por transformaciones de la realidad en beneficio del colectivo.

Se trata, pues, de un espacio de intensa vitalidad que se manifiesta en un creciente número de experiencias mediáticas de diverso tipo y alcance, mismas que mantienen los principios y objetivos democratizadores heredados del accionar antisistémico de décadas de rebeldía precedentes, que continúan afrontando circunstancias adversas y que ponen en funcionamiento creativas estrategias para su desenvolvimiento.

Todo esto dicho es lo que, de una forma u otra, está recogido en los diez artículos que integran este número monográfico de Chasqui.

Así, en las páginas que siguen se encontrará un valioso material analítico que da cuenta de la variedad empírica que caracteriza a la comunicación

comunitaria actual, de diferentes enfoques que es posible hallar en términos de su concepto, de realidades geográficas y demográficas distintas, de propuestas metodológicas que se presentan como opciones aprovechables de conocimiento y acción o de intervenciones mediáticas cotidianas que hacen especial énfasis en un soporte que se puede considerar tradicional –la radio–, pero a la vez exploran y explotan otros medios tanto como las potencialidades del mundo digital. No obstante, más allá de este panorama que se advierte múltiple, el conjunto de lo expuesto en los artículos tiene un norte compartido: el de los derechos de los sectores sociales todavía excluidos y la consiguiente lucha por la transformación en vista a la construcción de comunidad.

El artículo *Radios indígenas y Estado en Colombia - ¿Herramientas “políticas” o instrumentos “policivos”?* toma como referencia el caso de los proyectos radiofónicos Namuy Wam (del pueblo Misak) y Payumat (del pueblo Nasa) para problematizar las consecuencias de la intervención estatal en el debilitamiento de los proyectos políticos colectivos de las comunidades indígenas.

Un importante cuadro de la trayectoria del movimiento latinoamericano de las radios comunitarias, populares y alternativas entre la década de 1990 y la primera del nuevo siglo en materia de conquista y promoción del derecho a la libertad de expresión y a la información es ofrecido en el trabajo titulado *De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones*, del cual es dable obtener útiles pistas para profundizar esa ruta en pro de la expansión de derechos.

Medios del Tercer Sector en México - Un análisis comparativo entre los medios concesionados y los medios sin regulación estatal sistematiza los resultados de una amplia investigación que comprendió un total de 399 medios, tanto comunitarios e indígenas como sociales e independientes, y permitió no solamente caracterizarlos sino establecer las condiciones en que tales medios se desempeñan, con notorias dificultades para los primeros y un proceso de significativa consolidación de los segundos.

La cuestión todavía insuficientemente examinada de la relación efectiva de los medios comunitarios con sus audiencias es abordada en *El proceso es el modelo - Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias*, que introduce la propuesta de un modelo para estudiar la recepción de radios comunitarias, producto de una investigación colaborativa efectuada con 5 emisoras de ese carácter de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá y Santander, en Colombia.

La tensión que supone llevar adelante una labor de beneficio colectivo bajo condiciones de casi forzada ilegalidad es retratada en el artículo *Rádios comunitárias no Brasil: entre a clandestinidade e a relevância social* que, basado en el estudio de caso de una estación de índole comunitaria del interior brasileño que funciona sin formalización o ilegalmente hace casi 20 años, muestra la situación de clandestinidad en que muchas emisoras funcionan en el país-continente de Sudamérica.

Una interpretación sumamente interesante del empoderamiento que es posible lograr desde la comunicación comunitaria aparece en *Dissonância crítica e solidária: a contribuição das mídias populares ao processo de mudança social*, que a partir de una serie de entrevistas en casi una treintena de medios populares reflexiona tanto sobre el nivel de la resistencia a los significados dominantes como respecto al de la forja de tejido social solidario y del respeto a la diversidad que pueden derivarse de la acción comunicacional comprometida.

El combate desde los medios comunitarios contra diferentes formas de exclusión, invisibilización y falta de acceso a la comunicación es evidenciado en su dimensión estratégica en el artículo *Revalorización cultural e identitaria de mujeres afrodescendientes e indígenas en radios comunitarias*, que tomó como objeto de análisis las experiencias de la radio Avanzadora de Yoco, en Venezuela, y el programa *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir*, grabado en la emisora comunitaria Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE).

Otro artículo proveniente de Brasil, *Comunicação cidadã na Amazônia brasileira: em defesa das atingidas e dos atingidos pela Vale S.A.*, presenta un análisis valorativo de la acción comunicacional que lleva adelante la Rede Justiça nos Trilhos para empoderar, en la defensa de sus derechos y de la ecología, a pobladores de más de 100 comunidades de los estados de Pará y Maranhão que son afectadas por las operaciones de alto impacto ambiental de la minera Vale do Rio Doce (Vale S.A.), la segunda empresa privada más grande de América Latina que desde hace más de 10 años utiliza gigantescos volúmenes de agua, contamina ríos y mares y deforesta cientos de miles de hectáreas.

El Índice de Rentabilidad Social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana es el artículo en que se expone la aplicación del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) a 6 de las 24 emisoras comunitarias que funcionan en la Comunidad Autónoma de Andalucía a partir de 6 campos de análisis: Gestión, Capital Social, Articulación territorial, Programación, Infraestructuras y Presencia en Internet. El IRSCOM es una herramienta desarrollada desde 2012 por el Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga que se usa para contribuir a mejorar la tarea social y la incidencia de los medios comunitarios, así como para el correspondiente diseño de políticas públicas de fomento.

Por último, el trabajo titulado *La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV* brinda un estudio de otro ámbito de la comunicación comunitaria, el televisivo, como una vía relevante para la democratización de la esfera pública.

En el marco de la crisis civilizatoria de que se habló al comienzo de este texto introductorio, los diferentes artículos que componen la edición 140 de **Chasqui** ponen en evidencia orientaciones, capacidades, requerimientos, debilidades, posibilidades y estrategias de la comunicación comunitaria que es, cómo dudarlo, una insustituible realidad que desafía las barreras de lo establecido

y abandera desde el sitio movilizador de los medios las luchas populares y ciudadanas por una sociedad con derechos, por la construcción de lo común y por una *comunicación para la vida*.

Los coordinadores del Monográfico

Radio Indígenas y Estado en Colombia ¿Herramientas “políticas” o Instrumentos “policivos”?

Indigenous Radio Stations and the State in Colombia “Political” Instruments or “Policing” Tools?

Rádio Indígena e Estado na Colômbia ¿Instrumentos «Políticos» ou Instrumentos «Policiais»?

Diego Mauricio CORTÉS

University of California / dimacoa@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 75-94)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 20-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

Basados en el caso de los proyectos radiales Namuy Wam del Pueblo Misak (Guambiano) y Radio Payumat del Pueblo Nasa (Paez), este artículo discute los efectos de la intervención del estado en el desarrollo de la radio indígena en Colombia. La radio indígena, especialmente aquella fruto de procesos políticos en los cuales participaron miembros de la iglesia católica y colaboradores externos, han aportado de distintas maneras al fortalecimiento de los proyectos políticos colectivos de las comunidades indígenas. Pero, debido a la intervención del estado, estos proyectos también han traído nuevos problemas, especialmente de índole económico, restringiendo su poder político.

Palabras clave: derecho a la comunicación; resistencia; despolitización; coaptación

Abstract

Base on the case of the indigenous radio stations Namuy Wam of the Misak (Guambiano) and Radio Payumat of the Nasa (Paez), this article shows the effects of the interventions of the state in the development of indigenous radio stations in Colombia. These media projects, especially those resulted from the political process in which members of the Catholic church and external collaborators participated actively, have contributed in different ways to the strengthening the collective political projects of those communities. However, due to the intervention of the estate, these projects also brought new challenges, especially economic ones, restraining their political potential.

Keywords: right to communication; resistance; depoliticization; coaptation

Resumo

Com base no caso dos projetos de rádio Namuy Wam de Pueblo Misak (Guambiano) e da Rádio Payumat do Povo Nasa (Páez), este artigo analisa os efeitos da intervenção estatal no desenvolvimento da rádio indígena na Colômbia. A rádio indígena, especialmente o resultado de processos políticos envolvendo membros da Igreja Católica e colaboradores externos, contribuiu de diferentes maneiras para o fortalecimento dos projetos políticos coletivos das comunidades indígenas. Mas, devido à intervenção estatal, esses projetos também trouxeram novos problemas, especialmente de natureza econômica, que restringem seu poder político.

Palavras-chave: Direito à comunicação; resistência; despolitização; coaptação

1. Introducción

Este artículo discute las consecuencias de la intervención del Estado en el desarrollo de la radio indígena en Colombia. Desde la década de 1990, el Estado neoliberal colombiano y varias organizaciones internacionales, como la Agencia Internacional de Desarrollo de Estados Unidos (USAID) y la Agencia Española para el Desarrollo (AECID), lanzaron varias campañas de apoyo y desarrollo de radios indígenas, tales como el Programa Comunidad en el año 2000, el cual apoyó a 26 proyectos radiales indígenas (25 emisoras y un centro de producción), y el programa Radios Ciudadanas: Espacios para la Democracia – RCED 2002-2010, el cual invirtió más de cuatro millones de dólares en emisoras comunitarias indígenas y no indígenas con el fin de apoyar “procesos democráticos locales por medio de la producción y transmisión de programas radiales diseñados para crear conciencia ciudadana e incrementar la participación ciudadana” (Ministerio de Cultura, 2002; USAID, 2005). Este apoyo, que surge gracias al reconocimiento de Colombia como una nación “pluriétnica y multicultural” y la aprobación de la comunicación como un derecho por parte de la Constitución de 1991, rompió con una tradición represiva en contra de los medios de comunicación no-comerciales por parte del Estado colombiano. Concretamente busca explicar por qué el Estado comienza a apoyar el desarrollo de la radio indígena y los efectos de dicho apoyo para estos proyectos.

Basados en los conceptos sobre lo “político y lo policivo” de Rancière (1999), el argumento principal es que la intervención del Estado, a pesar del lenguaje inclusivo relacionado al “derecho a la comunicación”, ha diezmado el poder “político” de las radios indígenas, transformándolas en proyectos con tendencias “policivas”. Concretamente, a pesar de que las radios indígenas, especialmente aquellas que nacieron de procesos políticos de largo aliento como es el caso de la emisora Namuy Wam (antes Guambia Estéreo) del Programa de Comunicación de Guambia (territorio ancestral del pueblo Misak) y de *Radio Payumat* del Tejido de Comunicación de la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca, ACIN (territorio mayormente Nasa), han aportado a los procesos políticos indígenas en Colombia de varias maneras, tales como formando nuevas generaciones de líderes, promoviendo el uso de lenguas indígenas, y alentando a la movilización especialmente en momentos de crisis, la intervención del Estado en estos proyectos radiales ha creado nuevas restricciones y condicionamientos para dichas comunidades. Entre estos problemas se encuentran nuevas restricciones en el contenido, obligaciones económicas relacionadas a licencias de operación y dependencias en donantes externos. También discute que los problemas relacionados a estas radios no se limitan a la intervención estatal. La inclusión de la radio, instrumento de disrupción de la modernidad por excelencia (Appadurai, 1996), ha diezmado otras prácticas de comunicación comunitaria más horizontales y ha develado nuevos conflictos de poder dentro de estas comunidades.

Su crítica busca contribuir a reflexionar sobre el papel que juega y que puede llegar a jugar las radios indígenas en Latino América. Aun con las restricciones del - Estado y las dinámicas derivadas a la utilización propia de estos proyectos, es importante resaltar y contribuir a la politización de las radios indígenas, las cuales han sido importantes escuelas de formación política y transformación social, a pesar de los altos riesgos que implica la labor del comunicador desde zonas donde se entrelazan tantos intereses económicos, políticos y sociales como lo son los territorios Misak y Nasa.

2. Metodología

Esta investigación es fruto de un trabajo etnográfico de más de dos años en el departamento de Cauca, Colombia, la cual incluyó trabajo de archivo principalmente en el Cabildo de Guambia y en el Ministerio de Cultura, la participación en varios espacios de discusión sobre la radio indígena, tales como la Primera y Segunda Cumbres Continentales de Comunicación Indígena en el Cauca y Oaxaca respectivamente, y la realización de múltiples entrevistas a comuneros indígenas, comunicadores indígenas, académicos, y funcionarios del estado.

3. Visiones críticas sobre la intervención del Estado

En años recientes, varios académicos comenzaron a teorizar la intervención del Estado en el desarrollo de la comunicación indígena en Latinoamérica. Estos trabajos examinan, entre otros temas, como las radios indigenistas Mexicanas se han convertido en un instrumento de disputa entre los intereses “inclusionistas” del Estado y la respectiva resistencia indígena (Castells, 2011); la elaboración e implementación problemática de la Ley de Comunicación 2009 en Argentina, la cual proporcionó el 33 por ciento de las frecuencias de radio a la sociedad civil, entre ellos los grupos indígenas, para desarrollar proyectos no comerciales y no estatales (Segura & Waisbord, 2016); y las ventajas y contradicciones políticas de la intervención del Estado en el desarrollo de estaciones de radio y televisión en comunidades indígenas y otros sectores populares en Venezuela y Bolivia (Schiller, 2013; Villarreal, 2017).

Por haber sido uno de los pioneros en declarar constitucional el “derecho a la comunicación”, investigadores sociales han llevado a cabo-varios estudios en Colombia que antecedieron los casos citados anteriormente. Estos destacaron positivamente la intervención del Ministerio de Cultura en el desarrollo de más de 35 proyectos indígenas en todo el territorio nacional (Rodríguez & El Gazi, 2007); el papel de dichas estaciones en el fortalecimiento de las lenguas indígenas (Uribe-Jongbloed & Peña, 2008); y, el poder de la radio indígena como instrumento de resistencia del pueblo Nasa ante los actores armados legales e ilegales dentro de su territorio (Murillo, 2008). Entre ellos, Rodríguez & El Gazi

(2007) discuten algunos potenciales problemas relacionados a la injerencia del estado en las radios indígenas, tales como los derivados a la denominación como como “radios de intereses público”, categoría que limita las posibilidades de financiación y enlaces con otros proyectos de estas emisoras. Pese a este valioso aporte, se basa meramente en proyecciones, y no en un estudio etnográfico concienzudo, debido a que fue publicado en el 2007, tan solo cinco años después de ser lanzados los primeros programas de apoyo a la radio indígena por parte del Estado.

Para presentar un análisis crítico sobre la injerencia del Estado colombiano en el desarrollo de la radio indígena, proponemos utilizar el concepto de “neoliberalismo multicultural” propuesto por Silvia Rivera Cusicanqui, el cual devela las maneras en las cuales los proponentes de la doctrina neoliberal apoyan proactivamente versiones limitadas de los derechos culturales en los cuales las comunidades indígenas han sustentado su lucha política desde la Declaración de Barbados II (Batalla, 1977), para con ello consolidar sus propias agendas políticas las cuales, muchas veces, van en contra del bienestar de los mismos pueblos (en Hale, 2004). Como consecuencia surge la división entre “indios permitidos”, los cuales obtienen algún reconocimiento de parte del estado neoliberal a cambio de apaciguar las demandas que puedan irrumpir el statu quo, y los “indios sin permiso” que son aquellos que sus acciones causen conflicto a los intereses del Estado (Postero, 2007; Rivera, 2015). Examinando el contexto de las radios indígenas en Colombia, este artículo argumenta que las políticas del estado colombiano hacia estos proyectos son mucho más afines al concepto de “neoliberalismo cultural” que a una política en pos del fortalecimiento de proyectos comunicacionales que le aporten a la agenda político/cultural de los pueblos indígenas de ese país.

El comunicólogo argentino Adrián Pulleiro (2012) ilustra un efecto de cooptación similar en su estudio sobre la evolución de los medios alternativos en Latino América. De acuerdo con dicho autor, la transformación de los medios alternativos, de estar basados en un discurso sobre la lucha de clase a ser dominados por la “política de identidad”, significó una progresiva despolitización de dichos proyectos. Concretamente, “quien dice que” resultó siendo más importante que “lo que se dice” (92). Debido a este proceso histórico de despolitización de la radio alternativa en Colombia, el cual será explicado en las secciones siguientes con más detalle, el Estado colombiano cambió radicalmente su postura en contra de los medios alternativos en 1980 por una mucho más benevolente después de la ratificación de la constitución multiétnica, pluricultural, pero también neoliberal, en 1991.

Por último, la diferenciación entre “política” y “lo policial” propuesta por Rancière (1999) y retomada por algunos antropólogos (Kennemore & Postero, s.f.), nos ayuda a remarcar el proceso de despolitización sufrida por las radios indígenas en los últimos años. De acuerdo con Rancière, todo orden social se basa en dos grupos, aquellos que son reconocidos e incluidos y otros que son

marginados. La política, según este esquema, son los actos que recurriendo al desacuerdo y la litigación irrumpen la exclusión de ese orden social. Lo policial, por otra parte, son las acciones que no tienen un fin disruptivo y que, por el contrario, son percibidas como simple “molestia”. Basado en estos conceptos, argumentamos que la intromisión del Estado en las radios indígenas resultó en la paulatina despolitización de dichos proyectos comunicacionales.

4. Radio de Índole Comunitario en el Cauca

Las primeras experiencias de las comunidades Misak y Nasa en proyectos de radio de índole comercial se dan en 1960 con la llegada del programa desarrollista educativo católico ACPO-Radio Sutatenza. Este programa ofrecía educación a distancia en cinco áreas básicas (espiritualidad, salud, alfabetización, matemáticas, y trabajo y economía) a miles de habitantes del campo colombiano, incluyendo a los indígenas, por medio de una gran diversidad de productos de multimedia que incluían el semanario *El Campesino*, cartillas, discos de vinilo, posters, y programas de radio. Esta primera experiencia arrojó resultados paradójicos. Por una parte, este programa le proporcionó a los líderes del movimiento Misak y Nasa herramientas educativas y capital social que resultaron fundamentales para la creación y fortalecimiento de las primeras organizaciones indígenas en Colombia. Por otro lado, promovió la incorporación de controversiales técnicas agroindustriales que afectaron la producción de alimentos autóctonos, menospreció las identidades de dichos pueblos, y fomentó drásticos cambios culturales de tipo lingüístico y religioso (Cortes, s.f.).

En la década de 1970, los Misak y Nasas, apoyados por grupos católicos y evangélicos, comenzaron a desarrollar sus propias emisoras de radio. Según Henry Tunubalá, ex gobernador de Guambia y actual líder de una organización evangélica, evangélicos Misak apoyados por organizaciones externas fundaron la primera estación radial comunitaria de dicha comunidad en 1975, la cual tuvo una corta vida debido a los altos costos en electricidad, problemas técnicos y restricciones de tipo legal. Años más tarde, durante la década de 1990, Taita Henry y otros evangélicos Misak retomaron la idea y han desarrollado varias emisoras evangélicas sin licencia de operación del estado en diferentes puntos del territorio Misak. En 1979, por su parte, líderes del pueblo Nasa y los misionarios católicos Vicencianos decidieron desarrollar la primera emisora con licencia de operación en Colombia que transmitiría en una lengua indígena en el municipio de Páez, Cauca. Después de ocho años de arduas trabas burocráticas y legales finalmente lograron poner al aire a Radio Eucha – “Buenos días” en el idioma *Nasa Yuwe* (Alba, 1993).

Durante la década de 1990, el estado colombiano comenzó a cambiar sus políticas represivas en contra de la radio no-comercial. El primer paso fue el reconocimiento a la comunicación como un derecho fundamental ciudadano

(Decreto 1900 de 1990) y el establecimiento de la Dirección de Comunicación Social y la División de Desarrollo Social en el Ministerio de Comunicaciones (Decreto 1991 de 1990), departamento encargado de apoyar el desarrollo de medios del tercer sector. El momento culmine de dicho reconocimiento se da en la ratificación del derecho a la comunicación (Artículo 20) en la Constitución de 1991.

Cuatro años más tarde, el estado firmaría la Convención 196 de la Organización Internacional del Trabajo, la cual establece el derecho de las comunidades indígenas a establecer sus propios medios de comunicación (Belton, 2010). Todos estos marcos legales y administrativos posibilitan el desarrollo de programas estatales de apoyo a la radio indígena, principalmente el *Programa Comunidad*, el cual nace como parte de la agenda social del polémico Plan Colombia, programa financiado por los Estados Unidos con el objetivo reducir los cultivos de coca diezmando el poder territorial de grupos relacionados con su producción especialmente las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, FARC.

¿Por qué el Estado Colombiano, al mismo tiempos que ratificó la Constitución de 1991 la cual establece las reformas jurídicas necesarias para llevar a cabo las reformas neoliberales de la época, decidió apoyar proyectos de comunicación indígena? De acuerdo a Pulleiro (2012), los cambios políticos que se vivieron en la década de 1980 – i.e. la deslegitimación de alternativas políticas de izquierda debido a la caída del muro de Berlín, la caída de las dictaduras de derecha y la posterior vuelta a la democracia en los países del cono sur, y el surgimiento de movimientos sociales identitarios – llevaron a una “despolitización” de las estaciones alternativas radiales de sectores populares. En el caso colombiano, el estado comenzó a apoyar emisoras indígenas como parte de los proyectos de empoderamiento social propios de la política neoliberal que busca transferir las responsabilidades en términos de servicios básicos del estado a sus ciudadanos (Peters, 2007).

Además de los cambios políticos globales, el bajo porcentaje de población total indígena en Colombia, la cual se estimaba en menos del cinco por ciento en la década de 1990s, también contribuyó a que el Estado colombiano apoyara proyectos comunicativos sin afectar el statu quo. De acuerdo con Agudelo (2005), la comunidad afrocolombiana, la cual también ha sido una de las principales víctimas de la exclusión política, económica y cultural en Colombia, no ha podido acceder al mismo tipo de oportunidades, ya que su población supera el 20 por ciento de la población.

Es importante remarcar que a pesar del lenguaje progresista con el que se enmarca las instituciones y los principios basados en el derecho a la comunicación en Colombia, la legislación elaborada para cumplir con ese derecho restringe la operación de las radios indígenas. Por ejemplo, el decreto 1446 de 1995, el cual estableció el marco regulatorio para la radio en Colombia, coloca a las radios indígenas en la categoría de “interés público”, junto a las

estaciones radiales institucionales de los departamentos y municipios, las entidades públicas como la policía y el ejército, y las universidades públicas. De acuerdo a dicha ley, las radios de “interés público” deben limitarse a promocionar las entidades públicas a las que pertenecen, los “valores cívicos” de la nación y, en el caso de las radios indígenas, no pueden ir más allá de la promoción de las lenguas indígenas. Debido a esto dichas emisoras pueden transmitir noticias, pero no pueden proporcionar análisis o comentarios de tipo político (Decreto 348 de 1997).

La ley que cobija a las radios indígenas en Colombia se desarrolló con la intención de proveer algún tipo de acceso a la producción de los medios a las comunidades indígenas sin poner en riesgo el poder de los mayores grupos económicos sobre los medios masivos en Colombia (Cortes, 2016). Para ello, el Decreto 2805 de 2008 prohíbe transmitir en red a las radios de interés público (artículo 54), vender pauta publicitaria (artículo 25), transmitir por más de cinco minutos por hora transmitida publicidad relacionada a los patrocinadores de la emisora los cuales solo pueden ser organizaciones sin ánimo de lucro (artículo 25), o publicitar cualquier tipo de propaganda política excepto de aquella ligada estrictamente a candidatos de partidos políticos indígenas (artículo 30). Estas restricciones nos muestran como el Estado, en vez de promover la plena participación de los indígenas en procesos políticos que rompieran la exclusión histórica de dichas poblaciones, diseñó una política policiaca de “indio permitido”, la cual busca diezmar la resistencia indígena en contra de la visión neoliberal dominante del Estado colombiano.

Todas estas restricciones trajeron una serie de inesperadas consecuencias para las radios indígenas. Primero, para asegurar ingresos, muchas radios indígenas se ven en la necesidad de infringir la ley y vender pauta publicitaria, exponiéndose a sanciones de las autoridades pertinentes. Segundo, la legislación no tiene en cuenta salarios o ningún tipo de compensación para aquellos que trabajan en estas estaciones radiales. La falta de apoyo económico del Estado y la imposibilidad de vender pauta comercial crea un complicado ambiente económico para los comunicadores indígenas y la calidad de las producciones radiales. Finalmente, el Estado colombiano transfirió toda la responsabilidad económica (costos de electricidad, acceso al espectro electromagnético, mantenimiento de equipos, salarios, entre otros) a las comunidades indígenas, quedándoles como únicas opciones utilizar los fondos asignados para otros rubros, tales como la salud o la educación, o recurrir a agencias de ayuda internacional alimentando así una cultura de la dependencia que contradice el principio autonómico de dichos pueblos. Debido a todas estas restricciones, solamente 26 proyectos de los 61 inicialmente planeados aceptaron participar en el *Programa Comunidad*.

5. Radio Indígena como Agente de Disrupción Cultural

En el evento del lanzamiento del *Programa Comunidad*, funcionarios de diferentes instituciones del estado, académicos, miembros de agencias de cooperación internacional, y algunos líderes indígenas con experiencia en radio comunitaria se congregaron para discutir los beneficios que traería el desarrollo de las radios comunitarias dentro de los territorios indígenas. Entre la lista de dichos beneficios se encuentran el mejoramiento de la comunicación entre las poblaciones indígenas y el resto del país (Ministerio de Cultura, 2002, pp. 36–37); contrarrestar las prácticas de exclusión de los medios masivos tradicionales (p. 68,84); y, recuperar la tradición oral y el uso de las lenguas indígenas (p. 75-78).

A pesar de que la discusión fue dominada por un tono optimista, algunos comentarios de comunicadores indígenas alertaban de los problemas que podrían suscitarse por la adopción de dichas tecnologías, tales como las posibles represalias de los distintos grupos armados, incluyendo la fuerza pública, en contra de los comunicadores (82), el uso de las estaciones para promover fines individualistas o tradiciones en contraposición de los intereses colectivos de las comunidades (83-84), y los pocos recursos disponibles para su operación (121). Una de las alertas más llamativas fue sobre el papel de ruptura que pueden tener estos proyectos radiales dentro de las comunidades. Por ejemplo, Jeremías Tunubalá, comunicador del Pueblo Misak, explico cómo Guambia Estéreo, emisora adjudicada en 1998 como parte de un programa estatal de sustitución de cultivos ilícitos, transformó la comunicación entre líderes y comunidad:

Esta nueva comunicación (...) ha hecho que de pronto cambie un poco el papel que tenía antes (...) los alguaciles, (los cuales) son autoridades zonales veredales. Ellos informan a la gente de las diferentes actividades y al tener contacto directo, establecen una relación muy familiar con la comunidad. Con la llegada de la radio (...) ahora los alguaciles vienen a la emisora a dar la información (105).

Según Tunubalá, en otras palabras, las practicas comunicativas verticales e impersonales de la radio reemplazaron una comunicación y un contacto más personalizado entre la comunidad y sus autoridades. Jeremías Torres, comunicador de la comunidad Arahuaco, otro de los pioneros en el desarrollo de la radio indígena en Colombia, discutió otra disrupción suscitada por la adopción de la radio por su comunidad:

Las dificultades que hemos tenido al principio son principalmente con (...) la parte cultural tradicional. Es muy lamentable que la gente no entienda esta cosa de la radio todavía. Cuando empezamos nos decían que era como un anuncio de muerte (...). Porque tradicionalmente cuando hay bulla, cuando hay escándalo de animales (...), es anuncio de que va a haber muerte. La radio (...) hace bulla por todos los lados (...). Y los mamos tradicionales dijeron que: 'no aceptamos eso'.

Pero (...) una cosa piensa uno y la otra el otro. Trabajamos con la gente que quería, y se fue posesionando hasta que actualmente ha tenido mucha aceptación (98).

Torres también afirma: “nuestro objetivo es permanecer (...) conservando nuestro territorio y nuestra cultura como siempre ha sido”. El testimonio de Torres devela una situación bastante paradójica: mientras los mayores (mamos) de su comunidad rechazan las estaciones de radio por considerarlas nocivas para sus tradiciones, los jóvenes comunicadores se involucran en dichos proyectos debido a su supuesta contribución en la preservación de su cultura “tal y como siempre ha sido”.

Tal y como lo muestran los testimonios de Tunubalá y Torres, las estaciones de radio indígenas han resultado ser un instrumento de disrupción. Este análisis coincide con la discusión sobre los medios electrónicos de Appadurai (1996), el cual los considera como uno de los instrumentos más importantes con los que dispone las clases marginalizadas para promover su agencia política y cultural en un contexto global. A pesar del tono optimista de este autor (Menon, 1999), su apreciación de la comunicación electrónica como un instrumento disruptivo nos sirve para remarcar que la adopción de la radio comunitaria en un contexto indígena siempre trae algunas consecuencias positivas, tal como lo afirma Appadurai, pero también algunas negativas, tales como el desplazamiento de métodos comunicativos más horizontales y la disrupción de arraigadas tradiciones.

6. Radios de Interés Público en el Cauca

Durante la década de 1990, la ratificación constitucional del “Derecho a la Comunicación” incrementó la fiebre por la radio comunitaria dentro de las comunidades Misak y Nasa. En 1994, por ejemplo, el pueblo Misak estableció la emisora Guambia Estero la cual, como se mencionaba anteriormente, recibió equipos, licencias, e infraestructura del Estado como parte del programa de auto erradicación y sustitución de cultivos ilícitos desarrollado en el marco del Plan Nacional de Desarrollo Alternativo (PLANTE). Guambia Estéreo fue concebida como parte de un proyecto de comunicación comunitaria más amplia la cual contemplaba el desarrollo de producción de otros medios incluyendo video y un periódico comunitario. Para ello, el cabildo (gobierno comunitario interno) Misak y el Departamento de Comunicación Social de la Universidad del Valle organizaron un programa educativo político y técnico llamado “Comunicación para la Movilización Social”, el cual capacitó a 30 miembros de la comunidad interesados en medios de comunicación.

En 1999, pueblo Misak fue seleccionado como uno de los beneficiarios del *Programa Comunidad* adjudicándoles una nueva licencia radial, esta vez para la emisora Namuy Wam, la cual reemplazó a Guambia Estero, la cual para ese entonces se encontraba en serios problemas legales debido a las altas deudas

acumuladas por conceptos de uso al espectro electromagnético, electricidad, y *Sayco* y *Acimpro* – impuesto por la transmisión de música comercial. Desde sus inicios, cada enero el cabildo Misak escoge a un equipo compuesto por cinco a seis comunicadores los cuales tienen a cargo la operación de la estación radial de 4:00 AM a 10 PM. La programación de dicha radio se centra primordialmente programas de discusión al aire, información sobre eventos dentro de la comunidad, y transmisión de programas musicales.

Namuy Wam, al igual que algunas otras emisoras indígenas radiales apoyadas por el estado, ha contribuido la vida comunitaria de distintas maneras. Por ejemplo, esta emisora ha servido como una “escuela de liderazgo” comunitario tal y lo demuestra el significativo número de líderes que comenzaron su servicio comunitario en dicha emisora. Este es el caso de Luis Enrique Ullune, secretario general del cabildo en dos oportunidades, Didier Chirimusca, quien también fuese secretario del *cabildo* y ahora trabaja para distintos medios nacionales de comunicación, y Jeremías Tunubalá, quien después de graduarse como Comunicador Social de la Universidad del Valle, trabajó varios años en Guambia Estéreo, para luego pasar a ocupar varios cargos de importancia dentro de la comunidad Misak, tales como vicegobernador, gobernador de Guambia, y director del hospital comunitario.

Otra importante contribución de *Namuy Wam* ha sido la promoción del uso de la lengua Misak – Nam Trick. Esta emisora solo transmite en español con algunas pautas institucionales de sus patrocinadores y la traducción de algunos importantes mensajes. El caso de *Namuy Wam*, desafortunadamente, es una excepción tal y como lo indica un informe de la Organización Indígena de Colombia, ONIC, el cual reporta el poco uso de las lenguas indígenas en las transmisiones de las radios de interés público en Colombia (Organización Indígena de Colombia, 2009).

A pesar de las restricciones legales mencionadas anteriormente, algunas radios de interés público han logrado consolidarse como instrumentos de conexión con otros sectores populares y de resistencia, particularmente en contra de la tradicional exclusión de los medios masivos, la violencia de los diferentes actores armados en los territorios, el poder de las empresas mineras transnacionales, y los abusos del estado en contra de sectores populares. Uno de los casos más icónicos de dicho trabajo es la emisora *Radio Payumat* de la ACIN. Esta estación radial de interés público, la cual hace parte de un proyecto comunicacional multimedia llamado Tejido de Comunicación, ha jugado un papel primordial en la defensa territorial del Pueblo Nasa, tal y como se evidencia en su crucial participación en la movilización más larga y numerosa en contra del modelo neoliberal y la violencia rural en Colombia – la Minga Social y Comunitaria del 2008 – y su actual papel en el proceso de recuperación de territorio en manos de grandes proyectos agro-industriales llamado “Liberación de la Madre Tierra” (Archila y García; Murillo 2008). Gracias a su trabajo, el Tejido de Comunicación ha obtenido prestigiosos premios, tales como

el otorgado por la Revista Semana al mejor trabajo de periodismo comunitario en el 2010.

El éxito relativo de proyectos radiales como *Namuy Wam* y *Radio Payumat* se debe, no a la intervención del estado, sino a que estas emisoras son producto de un proceso político de base que incluyó, entre otros, académicos externos y miembros de la iglesia católica influenciados por la Teología de la Liberación (Loaiza, Patino, & Alvarado, 2011). Sin dicho apoyo, estas estaciones de radio hubiesen seguido el mismo camino de muchas otras radios indígenas que se proyectaron como copias de la radio comercial, con poco contenido político o cultural (Organización Indígena de Colombia, 2009). En todo caso, a pesar de sus contribuciones, aun proyectos radiales relativamente exitosos como los del pueblo Misak y Nasa han acarreado paradójicas consecuencias y nuevos retos para estas comunidades.

7. La Radio Como Elemento Político

La apropiación de la radio ha acarreado nuevas cargas de índole económica a las ya maltrechas finanzas de las comunidades Misak y Nasa. Por ejemplo, el Ministerio de Comunicaciones en el 2007 demandó al Cabildo de Guambia por una deuda de más de 6 millones de pesos (alrededor de 2 mil dólares estadounidenses de la época) como resultado de mora en licencias de operación, otorgamiento de frecuencias radiales, y la modificación de los parámetros técnicos de la emisora. Todo esto sin contar la deuda de 5 mil dólares por el uso del espectro electromagnético. En el 2015, este mismo cabildo reportó una deuda por las de 9 mil dólares por electricidad, más otra importante cantidad no estipulada debido a salarios atrasados, mantenimiento de equipos, y la renovación del transmisor que estaba fuera de servicio.

Estos problemas económicos han acarreado varios problemas que van desde la suspensión de las transmisiones por intervalos de varios meses, el embargo de cuentas – tal y como le aconteció al Cabildo Nasa de Toribio durante la década del 2000, hasta el empeoramiento de las condiciones de vida de los comunicadores indígenas. Por ejemplo, es frecuente encontrar muchos talentosos comunicadores que, después de años de someterse a paupérrimas condiciones económicas que llegan a afectar en su salud, abandonan las emisoras en búsqueda de oficios, como la agricultura o el servicio doméstico, que les aseguren una fuente de ingresos mucho más estable. Estos comunicadores, generalmente los más experimentados, son remplazados mayormente por inexpertos jóvenes que, a pesar de sus deseos de servicio, no tienen la experiencia ni la capacidad política de trabajar en un medio de comunicación en una zona de conflicto como lo es el Departamento del Cauca.

Pero, además de las dificultades creadas por la ley, también es importante destacar que estas estaciones radiales se ven afectadas por las dinámicas políticas que se viven dentro de las comunidades. Como Dorado (2004) explica

en el caso de Tejido de Comunicación, los líderes de la ACIN no han asumido completamente las responsabilidades económicas y políticas que implica tener un medio de comunicación en servicio de una comunidad. Esto se ha debido a que muchos dirigentes indígenas no ven con buenos ojos el establecimiento de un medio propio críticos a la autoridad, postura especialmente importante en momentos donde algunas prácticas burocráticas de la dirigencia indígena han sido altamente criticadas por sus bases, sino por el contrario esperan que los medios indígenas sean una especie de “agencias de relaciones públicas” de dichas autoridades.

8. Conclusiones

Este artículo discute una serie de complejidades relacionadas a la injerencia del Estado en los proyectos radiales de índole comunitario dentro de las comunidades indígenas en Colombia. Tal y como lo demuestra el caso Misak y Nasa, el apoyo por parte del Estado y de agencias internacionales no se ha traducido en la expansión y el afianzamiento de programas de comunicación que le aporten a los diferentes planes políticos y culturales de los pueblos indígenas. Por el contrario, el reconocimiento del Estado ha resultado, no solamente un impedimento, sino también un problema más el cual se le suma a la larga lista de dificultades que enfrentan dichas comunidades.

Concretamente, el apoyo del Estado hacia el desarrollo de las radios indígenas ha resultado superficial, ya que crea una serie de leyes que permiten su existencia, pero a la misma vez limitan su poder de acción. Retórica, debido a que las leyes están redactadas con un lenguaje incluyente, pero estas no establecen garantías para la subsistencia y desarrollo de dichos proyectos. Paternalista, ya que las restricciones de ley en relación a la venta de pauta publicitaria no dejan más alternativa que la dependencia de la caridad de donantes externos. Contradictoria, ya que impone una serie de restricciones de tipo operacional, como lo es la prohibición de utilizar las emisoras para comentarios políticos o para transmisiones en red, lo cual conduce a los comunicadores indígenas a violar la ley si quieren llevar a cabo un trabajo acorde con las agendas políticas de resistencia hacia el modelo económico dominante de dichas colectividades. Este punto es especialmente interesante, ya que las restricciones de ley están creando una cultura de la ilegalidad en función de programas que, según sus principios, estaban diseñados para alimentar una cultura ciudadana participativa dentro de sectores históricamente marginados.

La intervención del Estado en estos proyectos radiales también se puede describir como: conflictiva, ya que, en vez de unión, crea disputas entre distintas comunidades indígenas por el acceso a las limitadas oportunidades de financiamiento; insuficiente, porque debido a las grandes restricciones en términos de financiamiento, poder de transmisión, y contenido, estos proyectos radiales no pueden llegarle a competir, ni siquiera a nivel local, a los grandes y

poderosos grupos mediáticos colombianos. ; y finalmente, idealista, ya que estas estaciones de radio se proyectaron con las soluciones a todo tipo de problemas culturales de dichas comunidades, pero tal y como lo confirman los testimonios de Jeremías Torres y Jeremías Tunubalá, estas emisoras han perjudicado prácticas comunicacionales mucho más horizontales, económicas, y arraigadas.

Este estudio también demuestra que el problema con las radios indígenas en Colombia no es solamente fruto de la intervención del Estado. Al estudiar la radio en contextos comunitarios indígenas, también hay que tener en cuenta el carácter disruptivo de tipo político y cultural de la radio. Específicamente, la radio, como todo medio masivo, es un instrumento de poder, el cual tiene dos opciones: llegar a convertirse en un generador de concientización política, lo cual requiere de unos comunicadores comprometidos con el bienestar de la comunidad por encima de intereses propios, o un instrumento utilizado por poderes internos dentro de la comunidad para afianzar su poder local en beneficio de intereses individualistas.

Analizando los problemas relacionados a la apropiación de la radio por parte de las comunidades indígenas y del posterior reconocimiento por parte del estado de dichos proyectos, es importante reflexionar sobre la progresiva tendencia de estos medios a convertirse en instrumentos, no de acción política tal como fueron proyectados, sino de acción policiva por parte de un Estado interesado en crear toda suerte de trabas para limitar la resistencia pacífica de los sectores históricamente excluidos de Colombia.

Referencias bibliográficas

- Agudelo, C. (2005). *Retos del multiculturalismo en Colombia. Política y poblaciones negras*. Medellín: Ed. IEPRI - IRD - ICANH - La Carreta, Medellín. Retrieved from <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00560254/>
- Alba, G. (1993). La comunicación Páez, Una corta historia. *Signo y Pensamiento*, 12(23), 59-86. Retrieved from <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3188>
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large : cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press. Retrieved from <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=4LVeJT7gghMC&oi=fnd&pg=PP11&dq=appadurai+modernity+at+large&ots=6ORFs-BZhGb&sig=QSDCOGHfQgK1PQJDjpQZJDeyQq8#v=onepage&q=appadurai+modernity+at+large&f=false>
- Batalla, G. B. (1977). La Declaración De Barbados II y Comentarios. *Nueva Antropología*, 11(7), 109-125. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15900708>
- Belton, K. A. (2010). From Cyberspace to Offline Communities: Indigenous Peoples and Global Connectivity. *Alternatives: Global, Local, Political*, 35(3), 193-215. <https://doi.org/10.1177/030437541003500302>
- Castells, A. (2011). ¿Ni indígena ni comunitaria? La radio indigenista en tiempos neoindigenistas. *Comunicación y Sociedad*, (15), 123-142. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So188-252X2011000100006
- Cortes, D. M. (s.f.). "Foes and allies: the Catholic Church, Accion Cultural Popular (ACPO),

- and the emergence of the indigenous movement in Cauca, Colombia.” *Latin American and Caribbean Ethnic Studies* – LACES.
- Cortes, D. M. (2016). Representacion Indigena en el Periodismo Colombiano: El Cómo Y El Por Qué. *Revista Jangua Pana*, 15(1), 1657–4923. <https://doi.org/10.21676/16574923.1753>
- Dorado, M. (2004). *Radio Payumat: Una Experiencia de Comunicacion en la Zona Norte del Cauca*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Hale, C. (2004). Rethinking Indigenous Politics in the Era of the “Indio Permitido”. *NACLA REPORT ON THE AMERICAS*. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Charles_Hale/publication/305188868_Rethinking_Indigenous_Politics_in_the_Era_of_the_Indio_Permitido/links/58e37f480f7e9b7c2eb55a40/Rethinking-Indigenous-Politics-in-the-Era-of-the-Indio-Permitido.pdf
- Kennemore, A., & Postero, N. (n.d.). Collaborative Anthropological Methods: A Review of the State of the Art. *Revista Interacciones Antropologicas*.
- Loaiza, J., Patino, J., & Alvarado, S. (2011). Movimiento juvenil indígena Álvaro Ulcué Chocué. Movimiento juvenil indígena Álvaro Ulcué Chocué La emergencia de un nuevo sujeto social y político en el pueblo Nasa: los y las jóvenes como protagonistas de la acción colectiva. In *Experiencias alternativas de acción política con participación de jóvenes en Colombia* (1st ed., pp. 17–42). Manizales: Centro de Estudios Avanzados en Niñez y Juventud alianza de la Universidad de Manizales y el CINDE. Retrieved from <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Columbia/alianza-cinde-umz/20130415062106/Experiencias-alternativas.17-42.pdf>
- Menon, N. (1999). Book Reviews : Arjun Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Delhi, Oxford University Press, 1997, pp. 229. *The Indian Economic & Social History Review*, 36(2), 260–263. <https://doi.org/10.1177/001946469903600206>
- Ministerio de Cultura. (2002). *Memoria Del Encuentro Internacional de Radios Indigenas de America*.
- Murillo, M. (2008). Weaving a Communication Quilt in Colombia: Civil Conflict, Indigenous Resistance, and Community Radio in Northern Cauca. In *Global indigenous media : cultures, poetics, and politics* (p. 362). Duke University Press.
- Organizacion Indigena de Colombia. (2009). *Estudio Sobre las Radios Indigenas*.
- Peters, M. A. (2007). Foucault, biopolitics and the birth of neoliberalism. *Critical Studies in Education*, 48(2), 165–178. <https://doi.org/10.1080/17508480701494218>
- Postero, N. G. (2007). *Now we are citizens : indigenous politics in postmulticultural Bolivia*. Stanford University Press.
- Pulleiro, A. (2012). *La radio alternativa en América Latina : debates y desplazamientos en la década de 1990*. http://www.comunicacion.fsoc.uba.ar/tesinas_publicadas/Pulleiro.pdf. Buenos Aires: El Rio Suena. Retrieved from <http://libros.metabiblioteca.org/handle/001/374>
- Rancière, J. (1999). *Disagreement : politics and philosophy*. University of Minnesota Press.
- Rivera, S. (2015). Violencia e interculturalidad. *Telar: Revista Del Instituto Interdisciplinario de Estudios Latinoamericanos*, ISSN-e 1668-3633, Vol. 10, N°. 15, 2015, Págs. 49-70, 10(15), 49–70. Retrieved from <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5447270>
- Rodriguez, C., & El Gazi, J. (2007). The poetics of indigenous radio in Colombia. *Media, Culture & Society*, 29(3), 449–468. <https://doi.org/10.1177/0163443707076185>
- Schiller, N. (2013). Reckoning with press freedom: Community media, liberalism, and the processual state in Caracas, Venezuela. *American Ethnologist*, 40(3), 540–554. <https://doi.org/10.1111/amet.12038>

- Segura, M. S., & Waisbord, S. R. (2016). *Media movements : civil society and media policy reform in Latin America*.
- Uribe-Jongbloed, E., & Peña, M. F. (2008). Medios en idiomas autóctonos minoritarios en Colombia: El caso de la radio. *Palabra Clave*, 11(2), 355–366. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=So122-82852008000200013&lng=en&nrm=iso&tlng=es
- USAID. (2005). *Democratic Local Governance Program*.
- Villarreal, G. Z. (2017). *Indigenous media and political imaginaries in contemporary Bolivia*. University of Nebraska, Press.

De lo local a lo global en la lucha por la democratización de las comunicaciones

From the local to the global in the struggle for the democratization of communications

Do local ao global na luta pela democratização das comunicações

Larisa KEJVAL

Universidad de Buenos Aires / larisakej@yahoo.com.ar

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 75-94)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 25-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

El artículo describe y analiza la estrategia a escala global que el movimiento de radios comunitarias, populares y alternativas latinoamericano desplegó, a partir de los años noventa y durante la primera década de este siglo, con el propósito de incidir en los estándares internacionales en materia de derecho a la libertad de expresión y a la información, como camino para la democratización de las comunicaciones en un contexto de creciente globalización. Para eso se recupera la literatura producida, fundamentalmente, por las redes latinoamericanas ALER y AMARC ALC. Esta revisión histórica puede resultar inspiradora de cara a los nuevos desafíos que plantea la lucha por el derecho a la comunicación en los contextos actuales.

Palabras clave: comunicación comunitaria; comunicación popular; comunicación alternativa; radio; políticas de comunicación; derecho a la comunicación

Abstract

The article describes and analyzes the global strategy that the Latin American movement of community, popular and alternative radio deployed. From the nineties and during the first decade of this century, with the purpose of influencing international standards, regarding the right to freedom of expression and information, as a way to democratize communications in a context of increasing globalization. For that matter, it recovers the literature produced, fundamentally, by the Latin American networks ALER and AMARC ALC. This historical review can be inspiring facing - the new challenges posed by the struggle for the right to communication in current contexts.

Keywords: community communication; popular communication; alternative communication; radio; communication policies; right to communication

Resumo

O artigo descreve e analisa a estratégia em escala global que o movimento de rádio comunitária, popular e alternativa latino-americana implantou, a partir dos anos noventa e durante a primeira década deste século, com o objetivo de influenciar os padrões internacionais no campo da direito à liberdade de expressão e informação, como forma de democratizar as comunicações em um contexto de crescente globalização. Para isso, o artigo recupera a literatura produzida, fundamentalmente, pelas redes latino-americanas ALER e AMARC ALC. Esta revisão histórica pode ser inspiradora diante dos novos desafios colocados pela luta pelo direito à comunicação nos contextos atuais.

Palavras-chave: comunicação comunitária; comunicação popular; comunicação alternativa; rádio; políticas de comunicação; direito à comunicação

1. Introducción

El presente artículo se propone presentar uno de los resultados de la investigación desarrollada en el marco de la propia tesis doctoral: la constatación de que el movimiento de radios comunitarias, populares y alternativas latinoamericano se dio, a partir de los años noventa y durante la primera década del nuevo siglo, no sólo diversas estrategias de incidencia en los territorios locales sino también, en un contexto de creciente globalización, una estrategia deliberada, coherente, sistemática y progresiva de incidencia a escala global para la democratización de las comunicaciones. La propuesta de las próximas líneas es describir y analizar sintéticamente en qué consistió esta estrategia de incidencia global de tal modo de que sirva de punto de referencia para los desafíos a encarar en el presente. Pero antes avanzar en este propósito, primeramente explicitaremos desde qué marco investigativo –con su respectivo enfoque teórico y metodológico– hemos llegado a la constatación en la que luego nos detendremos.

La investigación desarrollada interrogó acerca de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas entre su surgimiento a mediados de los años ochenta hasta diciembre de 2015¹. En principio, las emisoras de este tipo son gestionadas por organizaciones o colectivos que no persiguen el fin de lucro. Asimismo, si bien realizan sus acciones desde distintas orientaciones políticas o priorizan problemas diferentes, comparten el horizonte de contribuir a procesos de resistencia o de transformación del orden comunicacional y social en pos de sociedades más justas e igualitarias. No obstante, las nociones de radio comunitaria, de radio popular y de radio alternativa también están atravesadas por debates y diferencias. A partir de aquí, algunos de mis trabajos han estado orientados por la pregunta acerca de las significaciones ligadas a estas nociones. O, lo que es lo mismo, desde nuestra perspectiva teórica, por la pregunta sobre la identidad política colectiva. Cuando nos referimos a la identidad política de las radios estamos aludiendo, también, a lo que algunos autores han denominado proyectos político culturales (Villamayor y Lamas, 1998) y político comunicativos (ALER, 2007 y ALER y AMARC ALC, 2009).

Aquella indagación se inscribió en el campo académico de la comunicación comunitaria, popular y alternativa. Complementariamente, la concepción de identidad política colectiva recuperó los aportes del análisis político del discurso iniciado por Laclau y Mouffe (Laclau y Mouffe, 2010; Laclau, 2011). En este sentido, compartimos con otras investigaciones recientes la búsqueda por contribuir a la conformación de este campo desde el entrecruzamiento con perspectivas teóricas que hasta el momento habían resultado ajenas.

Desde mediados de los años ochenta en adelante, las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas se fueron encontrando y articulando en

1 Una versión completa de este trabajo ha sido publicado en formato libro (Autora, año).

redes nacionales o latinoamericanas. A nivel nacional: la Asociación de Radios Comunitarias (ARCO) que funcionó entre 1987 y 1989; el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), sucesor de aquella primera red a partir de la década de 1990; la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) creada en el año 2004; el capítulo nacional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC-Argentina) a partir de 2008; y la Red Colmena fundada en 2014. A nivel latinoamericano: la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) creada en 1972 y la misma AMARC en su regional América Latina y Caribe, fundada en 1990. Asimismo, desde la década de 1980 centros de comunicación/educación nacionales han promovido el desarrollo y fortalecimiento de las emisoras. Nos referimos, por ejemplo, al rol desempeñado por el Instituto de Cultura Popular (INCUPO), el Centro de Comunicación La Crujía, el Centro Nueva Tierra y, ya en el nuevo siglo, el colectivo de educación popular Abrojos y el Centro de Producciones Radiofónicas (CPR). A estos aportes se agregan las iniciativas de intelectuales del campo académico estrechamente comprometidos con el fortalecimiento de la comunicación comunitaria, popular y alternativa, tanto en nuestro país como en el conjunto de América Latina. Estas redes, centros de comunicación/educación e intelectuales produjeron un gran número de publicaciones con el propósito de visibilizar las experiencias de las radios en el espacio público, con el objetivo de multiplicar aprendizajes para contribuir a su fortalecimiento, o bien, para reflexionar y problematizar sobre sus prácticas y horizontes. A ellas se suman, fundamentalmente a partir de los años noventa, las publicaciones producidas por las propias emisoras argentinas con el propósito de dar a conocer sus historias, sistematizar y compartir sus saberes, y expresar las perspectivas político comunicacionales en las que sustentan sus proyectos. En cada una de estas publicaciones emergen rasgos de la identidad política o, dicho en otros términos, de los proyectos político comunicacionales que éstas encarnan. En síntesis, la superficie discursiva a la que nos acercamos para aproximarnos a la pregunta por la identidad política de las emisoras estuvo conformada por un *corpus* conformado por 84 publicaciones referidas a las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas y latinoamericanas, producidos por las mismas emisoras, por las redes en las que se nuclearon y por centros de comunicación/educación e intelectuales del campo académico. Entre estas publicaciones podemos distinguir libros, cuadernillos, artículos de libros, artículos de revistas académicas y declaraciones. En el caso de los artículos, la mayoría fueron publicados en revistas académicas nacionales o latinoamericanas como Causas y Azares, Oficios Terrestres, Diálogos de la Comunicación y la propia Chasqui.

Desde la perspectiva del análisis político del discurso, en el abordaje de este *corpus* procuramos identificar las huellas del proceso de constitución de la identidad política colectiva de las radios comunitarias, populares y alternativas, entendida como proceso de configuración discursiva. Para eso centramos la atención en identificar:

- Las condiciones de producción que incidieron en la emergencia y en la constitución de la identidad política de las emisoras.
- Las relaciones de antagonismo que resultaron constitutivas de la identidad política de las radios y ante las cuales se configuraron relaciones de equivalencia.
- Los principales significantes que operaron como puntos nodales, y eventualmente como significantes vacíos, capaces de condensar la identidad de las radios comunitarias, populares y alternativas y, en este sentido, una pluralidad de significados.
- Los significados y demandas articulados en términos de regularidades a esos significantes. O, dicho en otros términos, las huellas de la lógica de la equivalencia en la constitución de la identidad política.
- Los significados y demandas que permanecieron como momentos diferenciales. - Dicho en otras palabras, las huellas de la lógica de la diferencia en el proceso de configuración de la identidad política de las emisoras.
- Las continuidades y desplazamientos en este conjunto de relaciones constitutivas de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas a lo largo de la historia.

A partir de la identificación de estas huellas desarrollamos un análisis basado en el ejercicio interpretativo.

Coincidimos con Gerbaldo (2014: 14) cuando sostiene que “las radios comunitarias en Argentina fueron desarrollándose desde los 80 a la actualidad al calor de las redes de radios a nivel latinoamericano o internacional (ALER y AMARC-ALC) que las nucleaban y con las que se identificaban”. Como consecuencia, y tal como hemos anticipado, nuestro análisis no sólo se centró en un *corpus* de publicaciones nacionales sino que se amplió en incluyó materiales publicados por redes, centros de comunicación/educación y revistas de alcance latinoamericano. Es, precisamente, la sistematización y el análisis de este tipo de publicaciones a lo largo de nuestra investigación, lo que nos permitió llegar a la constatación que presentaremos a continuación²: el movimiento de radios comunitarias, populares y alternativas latinoamericanas se dio, a partir de los años noventa en adelante, no sólo diversas estrategias de incidencia en los territorios locales sino también una estrategia deliberada, coherente, sistemática y progresiva de incidencia a escala global en pos de la democratización de las comunicaciones.

2 El trabajo de investigación permitió llegar a otras conclusiones en el proceso de constitución de la identidad política de las emisoras argentinas, tal como puede leerse en trabajos previos. Particularmente aquí nos detendremos en el análisis de la estrategia de incidencia global que se dio el movimiento a nivel latinoamericano para incidir en los estándares internacionales en materia de derecho a la libertad de expresión y a la información, tarea que no hemos encarado con anterioridad.

2. Los años noventa: de la resistencia a la incidencia

La investigación recién sintetizada nos permitió comprender que en el contexto de la extensa década neoliberal –iniciada a fines de los años ochenta y puesta en crisis a inicios del nuevo siglo- las radios comunitarias, populares y alternativas latinoamericanas se propusieron, como una de sus principales tareas políticas, resistir al neoliberalismo. Frente al imperio del mercado como escenario de las relaciones sociales; a la despolitización de los sujetos, sus prácticas y sus cuerpos; al fin de las ideologías y la historia; resistir al neoliberalismo supuso politizar lo despolitizado. Esto significó asumir la tarea de tematizar el poder en todos los ámbitos. De lo que se trataba era de poner en argumento aquello que se presentaba como natural, como sentido común, para poner nombre a procesos históricos, a decisiones políticas, a relaciones de poder. Al despolitizar lo despolitizado se abría la posibilidad de lo que se presentaba como inevitable pudiera ser de otra manera. De este modo se criticaba la idea imperante de un presente perpetuo y se recuperaba la resquebrajada idea de otro futuro posible.

Asimismo, frente a la creciente centralidad de los medios de comunicación en la cultura y en la sociedad, durante los años noventa uno de los fundamentos de las radios comunitarias, populares y alternativas se basó en la explícita decisión de intervenir políticamente desde el territorio de los medios de comunicación audiovisuales. ALER lo sintetizó de la siguiente forma (1996, p. 31): “Estos nuevos rasgos de la comunicación masiva indican que los medios se han convertido en un campo estratégico de acción”. Si la centralidad de los medios se manifestaba, entre otras cosas, en su capacidad para visibilizar y legitimar ideas, sujetos y acontecimientos, una de las tareas que las radios comunitarias, populares y alternativas asumieron para sí, fue la de constituirse en espacio de expresión y fortalecimiento de sectores e ideas no hegemónicos.

Del mismo modo, durante aquellos años las emisoras se propusieron reconstruir los lazos sociales erosionados y articular las resistencias que se presentaban fragmentadas y dispersas. El terrorismo de Estado impuesto por las dictaduras militares latinoamericanas ya había dejado como saldo la desarticulación de los lazos sociales y políticos de sindicatos, agrupaciones políticas, grupos eclesiales inspirados en la Teología de la Liberación, movimientos estudiantiles y organizaciones territoriales. En la década de 1990, a la desestructuración operada por la dictadura militar se sumó la fuerza individualizadora característica del capitalismo en su fase neoliberal. En este contexto resistir al neoliberalismo significó crear espacios comunicacionales que permitieran reconstruir lazos sociales y articular múltiples disputas. Así lo expresaba Mata (1993: 7):

Hoy las emisoras asumen más plenamente su papel mediador. Comprenden que la expresión de los diversos sectores debe servir para su mutuo reconocimiento, para que dialoguen entre sí en pos de estrategias globales de acción. En algunos casos

las emisoras buscan vincular diferentes espacios regionales. En otros fomentan el reconocimiento de las múltiples etnias o nacionalidades que coexisten en un mismo país. En muchos se proponen contribuir al necesario diálogo entre hombres y mujeres, jóvenes y adultos.

La autora caracterizó a las emisoras latinoamericanas como medios de rearticulación del campo popular fragmentado y debilitado.

La decisión de resistir la hegemonía del capitalismo neoliberal en tanto modelo económico, político, social y cultural podría haber reducido los proyectos político- comunicacionales de las radios que nos ocupan a la construcción de refugios expresivos o de pequeñas comunidades de intereses. No obstante, además de resistir las emisoras expresaron la intención de lograr incidencia en la transformación de la sociedad. Así lo expresaba ALER (1996, p. 70): “Seguras de su papel como actores sociales y para incidir en la sociedad, son radios que salen de la marginalidad y se proyectan más allá de su ámbito geográfico y sectorial de funcionamiento”.

Desde la misma red, Geerts y Van Oeyen (2001: 43) definieron la incidencia de una radio como:

el peso de su presencia y de su influencia en la sociedad, los procesos que genera, la mella que hace para provocar un cambio a favor o en contra de algo, la capacidad de la radio para levantar polvo. Una radio que incide, deja una marca, es una radio protagonista que no se puede obviar.

En primer lugar, incidencia significó la búsqueda de masividad, entendida como la construcción de audiencias numerosas y diversas, de tal modo que no quedaran reducidas a las organizaciones del campo popular (López, 1997), a los ya concientizados (Mata, 1994), a los convencidos (Lamas y Lewin, 1995), al partido (Galavotti y Randazzo, 2001); es decir, a quienes compartían una mirada reflexiva y crítica similar a la de quienes producían las radios. Para las asociaciones de radios latinoamericanas ALER³ y AMARC ALC la pregunta por la masividad y la popularidad significó poner en relación los objetivos sociales y políticos transformadores con el reconocimiento de las características del sistema de medios de comunicación imperante y con los modos en que ese sistema configura su- público-. En este sentido ALER (1996: 72 y 73) afirmaba:

Las radios populares son medios masivos y, como tales, forman parte de un mercado de comunicación poblado por otras ofertas. Es un mercado regido por normas implacables que ha tenido la capacidad de modelar culturalmente a los sujetos como públicos de una cultura masiva. Este reconocimiento implica tener en cuenta que las audiencias no son libres y que están habituadas a

3 La pregunta por las audiencias llevó a ALER a desarrollar una línea de acción vinculada a la investigación de las programaciones y las audiencias de las emisoras.

códigos, géneros, modos de interactuar con las demás radios que no pueden ser desconocidas a la hora de planificar estrategias alternativas.

Desde AMARC ALC López Vigil (1996: 26) lo expresó en estos términos: “Si apostamos por un medio de comunicación masivo es para influir en la opinión pública, para contribuir a mejorar la sociedad”.

La pregunta por las audiencias conllevó la atención hacia otras cuestiones: la utilización de géneros y formatos reconocibles por los públicos de los medios masivos, la apertura de los criterios estéticos a los gustos y repertorios populares -incluso a pesar de que fueran moldeados por el mercado-, la inclusión del entretenimiento y de lo lúdico en las producciones, la opinión bien argumentada, la interpelación a la sensibilidad y no sólo a la reflexión racional, la formación y la capacitación de comunicadoras y comunicadores, la calidad técnica de las producciones, la inserción en el mapa de medios local y la pregunta por las audiencias.

3. La estrategia de incidencia a escala global

La voluntad de incidir, que el movimiento latinoamericano de radios comunitarias asumió para sí durante los años noventa, también significó la explícita voluntad de profundizar la articulación en red. Si en las décadas precedentes la conformación de redes latinoamericanas de radios había estado orientada, principalmente, por el intercambio de experiencias y el fortalecimiento de las emisoras a través de la capacitación, a lo largo de los años noventa puede leerse una mayor interpelación a conformar redes de emisoras nacionales y continentales con los propósitos de aumentar la potencia política y comunicacional de las radios y de ampliar sus alcances más allá de los límites de inserción locales en un contexto de globalización. Por ejemplo, desde ALER, Gutiérrez (1997, p. 32) sostenía: “aunque está claro que las radios se deberán a sus audiencias locales y es allí donde encuentran mayoritariamente su razón de ser, su propuesta trascenderá las fronteras de su zona de cobertura, por razones políticas y por razones prácticas”. América Latina en Red (ALRED) inaugurada en 1997 fue la estrategia que desarrolló ALER a través de la tecnología satelital “para construir una red continental que inter-comunique a las emisoras populares y a la vez posibilite la globalización de su propuesta al conjunto de las sociedades latinoamericanas” (Gutiérrez: 32). A su vez, en 1996 AMARC ALC fundó la Agencia Informativa Púlsar, un servicio informativo regional a través de Internet producido con los aportes de diferentes emisoras de la región. Según Girard (1997: 27), su primer director, “las mismas tecnologías de la comunicación que hacen posible la globalización y la centralización de la programación, también hacen posible que estas radios ciudadanas trabajen con la sociedad civil en su intento por influir en la aldea mundial”.

La voluntad de incidencia y la consecuente articulación en red no sólo impactaron en las programaciones de las emisoras. También, inauguraron un proceso de confluencia de redes regionales con el propósito de acordar una política deliberada, coherente, sistemática y progresiva a escala global para la incidencia en los estándares internacionales en materia de derecho a libertad de expresión y a la información, entendidos como marcos interpretativos de estos derechos, en pos de democratizar las legislaciones latinoamericanas en materia de radiodifusión que vedaban y limitaban la legalidad de las radios comunitarias, populares y alternativas. El acontecimiento inaugural en este sentido fue el Seminario “Democratizar el Espectro Radioeléctrico” que en noviembre de 1996 reunió en Pozo de Rosas, Venezuela, a coordinadoras nacionales y representantes de medios comunitarios de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela; a abogados provenientes de varios países de la región; y a directivos de diez redes y organismos internacionales: ALER, AMARC, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), la Federación Internacional de Periodistas (FIP), PROA, Radio Nederland Training Centre (RNTC), SCC, VIDEAZIMUT y World Association for Christian Communication (WACC). En la declaración conjunta de este evento se comprendió, por primera vez, a la radiodifusión “como el ejercicio del derecho humano básico de expresión e información a través de un soporte tecnológico”. Asimismo, desde esta perspectiva, se denunció la limitación al *derecho de antena* que afectaba a las radios comunitarias, populares y alternativas:

Entendemos la libertad de expresión e información y su ejercicio como fundamento esencial de la democracia. Esto implica promover acciones jurídicas y marcos regulatorios que reconozcan y aseguren la democratización del espectro radioeléctrico, el acceso y participación sin discriminaciones para todos los sectores (estatal, comercial y no comercial), la transparencia en la información sobre la gestión y administración del espectro y condiciones técnicas razonables para el otorgamiento y operación de los servicios de radio y televisión.

El número 56 de la Revista Chasqui, editado en diciembre de 1996, publicó esta declaración y algunas de las intervenciones del seminario. Allí Roncagliolo (1996: 50) enfatizó: “Toda nuestra reflexión jurídica, por lo tanto, va a basarse en el derecho humano a las comunicaciones”. Este encuentro, como su declaración final, dieron inicio a una estrategia internacional de incidencia, motorizada por las redes de radios junto con otros actores, que cobrará mayor impulso en los años siguientes y que fue de vital importancia para impulsar nuevos marcos legales en la región.

Esta estrategia, iniciada en los años noventa y sostenida durante la primera década del nuevo siglo, se basó en un accionar que comprendió:

- un inédito activismo en torno al derecho a la comunicación y la democratización de las comunicaciones a escala mundial que articuló a expertos y militantes sociales y que se expresó en diversos foros, cumbres y campañas.
- la sistematización y la investigación de marcos normativos, políticas y prácticas en toda la región, e incluso en otros continentes, como sustento para elaborar principios y recomendaciones que permitieran ampliar y precisar los alcances de los derechos a la información y a la libertad de expresión y para identificar los casos de vulneración de estos derechos humanos.
- la articulación con investigadores, organismos internacionales y organizaciones de la sociedad civil que comparten el propósito de democratizar las comunicaciones en el conjunto de la región para complementar esfuerzos y conformar fuerzas desde la sociedad civil capaces de ejercer incidencia.
- un trabajo sostenido para incidir en la elaboración de estándares internacionales entendidos como marcos de comprensión del derecho a la libertad de expresión y a la información, con especial atención a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y su Relatoría para la Libertad de Expresión y a la Relatoría especial de Naciones Unidas sobre libertad de opinión y de expresión.
- un trabajo de incidencia para que los Estados asuman dichos estándares internacionales como orientación de sus propias legislaciones, políticas y prácticas, explicitando la supremacía de los tratados y declaraciones internacionales firmadas por los propios Estados.
- la explícita denuncia pública de los Estados cuando sus normativas, políticas y prácticas vulneraron dichos estándares internacionales en materia de libertad de expresión y derecho a la información. Esto supuso el seguimiento atento de las prácticas discrecionales y discriminatorias en la adjudicación, renovación y revocación de frecuencias como la subasta económica; el establecimiento de barreras al acceso equitativo de las comunidades indígenas, organizaciones sociales y otros medios no comerciales a la radio y la TV; y la renovación automática de concesiones, entre otras prácticas.

Asimismo, esta estrategia articulada se sostuvo en un entramado conceptual que, en un ejercicio interpretativo, procuraremos sintetizar en las siguientes líneas. La democratización de las comunicaciones, y con ello la democratización de las sociedades, constituyeron los principales horizontes que orientaron a esta política. Los derechos humanos, más particularmente el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información en sus más amplios sentidos, fueron los pilares del marco conceptual de esta política. De acuerdo a las Declaraciones de las Relatorías sobre Libertad de Expresión de la CIDH y de las Naciones Unidas,

el alcance del derecho a la libertad de expresión comprende a la radiodifusión y los demás servicios de comunicación audiovisual como formas o vías para su ejercicio. Asimismo, las nociones de diversidad y de pluralismo constituyen los principales objetivos y fundamentos en los cuales debe apoyarse la regulación de los servicios de comunicación audiovisual y las políticas de comunicación. Procurar diversidad y pluralismo en el sistema de medios se torna relevante si se los considera como uno de los espacios privilegiados donde se libran las disputas por los sentidos que conforman las identidades y la percepción de la realidad social y política; como uno de los escenarios fundamentales donde se legitiman ideas, sujetos y los asuntos públicos a ser debatidos y atendidos. En este sentido, los marcos regulatorios deben explicitar el reconocimiento de tres diferentes sectores: público, comercial y social/sin fines de lucro, el cual incluye los medios comunitarios. Todos ellos deben ser capaces de operar en, y tener acceso equitativo a, todas las plataformas de transmisión disponibles. Las medidas específicas para promover la diversidad pueden incluir reservas de frecuencias para distintos tipos de medios. Los procesos de concentración de la propiedad, de transnacionalización y de globalización del mercado de bienes simbólicos vividos en las últimas décadas, así como la histórica concentración geográfica de la producción comunicacional en las grandes ciudades de la región y el mundo, constituyen una amenaza, cuando no directamente la desaparición, de la pluralidad de expresiones culturales e informativas. Por último, los procesos de transición digital son considerados, potencialmente, como una oportunidad. No obstante, son también considerados una amenaza para la diversidad y el pluralismo cada vez que quedan al margen de las regulaciones en materia de servicios de comunicación audiovisual, no son sujetos a debate social o se determinan discrecionalmente.

Esta estrategia facilitó la emergencia de la sociedad civil como actor social y político –articulado en redes, foros y campañas– en la lucha mundial por la democratización de las comunicaciones, la revitalización de los espacios de debate acerca de las políticas de comunicación y el surgimiento de un inédito activismo comunicacional de carácter global. Para Néstor Busso (2011, p. 26) estos espacios “han permitido catalizar procesos de convergencia de la sociedad civil, con repercusiones que van más allá de los eventos mismos, dando lugar a articulaciones más duraderas”. Estas articulaciones se expresaron, por el ejemplo, en el Foro Social Mundial a partir de 2001, en la campaña CRIS (Communication Rights in the Information Society) en el contexto de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información⁴ y en la Cumbre de los Pueblos desarrollada paralelamente a la Cumbre de las Américas en 2005. Asimismo, Mattelart (2007, p. 30) dio cuenta de un período de veinte años en los que las discusiones internacionales acerca de la democratización de las comunicaciones atravesaron un período de “glaciación”. La retirada de Gran Bretaña y Estados

4 Sintéticamente, la campaña promovió la idea de que el derecho a la comunicación y los derechos humanos en su conjunto deben constituir el fundamento de la Sociedad de la Información.

Unidos de la UNESCO tras la presentación del Informe Mac Bride y la propuesta del Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC), dio inicio a un período de congelamiento de los debates que, según el mismo autor, se extendió hasta 2004 cuando en ese organismo comenzaron las negociaciones acerca de la Convención Internacional sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Esos veinte años coincidieron, de acuerdo con Mattelart (2007, p. 30), con “el dismantelamiento de las regulaciones públicas y la penetración de marcos jurídicos favorables al avance del espacio de la racionalidad mercantil –la impropia llamada *desregulación*”. A las discusiones que resurgieron en el seno de la UNESCO a partir de 2004, Mattelart sumó las acontecidas a propósito de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información donde, por primera vez en la historia del sistema de Naciones Unidas, las organizaciones no gubernamentales fueron invitadas a dar su opinión en el transcurso de las conferencias preparatorias. Según el autor, a pesar de la heterogeneidad de sus componentes, y sin llegar a limar asperezas, estas organizaciones lograron expresarse con una sola voz cuando se trataba de afirmar los principios del derecho a la comunicación. Paralelamente, en el Foro Social Mundial –que desde 2001 en adelante reunió a movimientos sociales, organizaciones y activistas de todo el mundo en torno a estrategias globales de resistencia y de construcción de alternativas al capitalismo neoliberal– los temas de comunicación y cultura fueron ocupando un lugar crecientemente estratégico. En todos estos debates Mattelart reconoció la acumulación de las redes internacionales que fueron estableciendo relaciones entre sí, como en el caso del frente comunicacional que en América Latina agrupó a organizaciones como AMARC, ALER, la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), WACC y la Organización Católica Latinoamericana y Caribeña de Comunicación (OCLACC), entre otras.

En el particular caso de AMARC ALC la estrategia que venimos sintetizando quedó expresada en una serie de publicaciones producidas por la red regional a través de su Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación. En 2008 la asociación concluyó el proceso de elaboración de los “Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria”. Se trata de 14 principios propuestos como guía para la elaboración, aprobación e implementación de regulaciones sobre radiodifusión comunitaria que sean compatibles con los estándares internacionales de derechos humanos. El documento fue el resultado de una investigación realizada en 29 países de los cinco continentes que se propuso identificar las normativas y las políticas públicas dirigidas a reconocer y a promover la radio y la TV comunitarias. Como estrategia tendiente a validar este insumo, en su proceso de elaboración y revisión estuvieron involucrados decenas de investigadores, miembros de emisoras comunitarias y autoridades de la red mundial. Los “principios” fueron presentados ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y su Relatoría Especial para la Libertad de Expresión en octubre de

2008. Más adelante, ya en 2010, el Relator Especial de Libertad de Opinión de Naciones Unidas, Frank La Rue, presentó ante el Consejo de Derechos Humanos del organismo su II informe sobre la situación de la libertad de expresión en el mundo. En el capítulo de conclusiones y recomendaciones de este informe, la relatoría reconoció a los medios de comunicación comunitarios y recomendó a los Estados establecer marcos legales que reconocieran y regularan la comunicación comunitaria dentro del marco de los 14 principios propuestos por AMARC, estableciendo un balance equitativo entre los medios comunitarios, los comerciales y los públicos o estatales. Por otra parte, bajo la coordinación de Gómez y Aguerre, AMARC ALC publicó en 2009 “Las mordazas invisibles”. Basado en un trabajo de investigación realizado durante la segunda mitad de 2008, la publicación analizó la gestión del espectro radioeléctrico en materia de radio y televisión en varios países de América Latina con el propósito de determinar las barreras que obstaculizan el efectivo cumplimiento del derecho a la información y a la libertad de expresión. AMARC ALC fue más allá de los marcos normativos para identificar otros obstáculos en la generación de un entorno mediático diverso y plural. Más de 15 investigadores e investigadoras de toda la región estuvieron comprometidos en el relevamiento y análisis de la situación en la región. Este extenso trabajo fue proyectado explícitamente como un documento de referencia para los distintos organismos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos y para las organizaciones que trabajan en la defensa y promoción de la libertad de expresión. Más tarde, en 2010 AMARC ALC publicó los “Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual”. Se trata de 40 principios orientados a servir de base para la definición e implementación de políticas, leyes, reglamentaciones y prácticas de radiodifusión. Este trabajo surgió en un contexto en el que diversos países del continente comenzaron a vivenciar intensos debates por nuevas normativas en la materia. En este trabajo AMARC ALC no sólo orientó las recomendaciones a garantizar plenos derechos para las emisoras comunitarias, sino que extendió su labor en pos de la diversidad y el pluralismo en el conjunto de los servicios de comunicación audiovisual. Loreti y Gómez fueron los autores de estos 40 principios. Siguiendo la misma línea de las publicaciones anteriores, su elaboración fue enriquecida gracias al aporte de un conjunto de organismos internacionales y organizaciones que trabajan en la promoción de la comunicación como derecho humano. Por último, durante dos periodos consecutivos -2009 y 2010- AMARC ALC publicó el “Informe Anual sobre Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión”. Tomando como marcos conceptuales las producciones recién mencionadas, así como los tratados y declaraciones internacionales sobre libertad de expresión y derecho a la información, a través de estos informes la red realizó un relevamiento y un seguimiento de las principales barreras que impiden la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión en 14 países de América Latina y

el Caribe, así como de las transformaciones en los marcos normativos y en las políticas ligadas a la radiodifusión.

La política que venimos sintetizando tuvo como resultado el reconocimiento de la existencia de los medios comunitarios en diversas declaraciones internacionales. En su declaración conjunta realizada a fines de 2001, el Relator Especial de Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión (ONU), el Representante de la Organización de Seguridad y Cooperación en Europa para la Libertad de los Medios de Comunicación (OSCE) y el Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA), afirmaron:

La promoción de la diversidad debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión; la diversidad implica igualdad de género en la radiodifusión e igualdad de oportunidades para el acceso de todos los segmentos de la sociedad a las ondas de radiodifusión.

Más adelante, los relatores de ONU, OEA, OSCE y la Relatora Especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP) expresaron en su Declaración Conjunta sobre la Diversidad en la Radiodifusión de 2007 que: “Los diferentes tipos de medios de comunicación -comerciales, de servicios públicos y comunitarios- deben ser capaces de operar en, y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles”. Luego, en 2009 la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión a cargo de Catalina Botero elaboró los “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente”. Entre sus disposiciones el documento afirma:

En varias oportunidades, la CIDH y la Relatoría Especial han reconocido que los medios de comunicación comunitarios cumplen en nuestra región una función fundamental para el ejercicio de distintos sectores de la sociedad a la libertad de expresión y al acceso a la información. En dichos pronunciamientos han establecido que resulta necesario que los Estados los reconozcan legalmente y que se contemplen reservas de espectro para este tipo de medios, así como condiciones equitativas de acceso a las licencias que diferencien las realidades distintas de los medios privados no comerciales.

Estos estándares fueron aprobados en diciembre del mismo año por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.

Los propósitos de esta estrategia política deliberada, coherente, sistemática y progresiva a escala global para la incidencia en los estándares internacionales en materia de derecho –sobre la libertad de expresión y a la información, entendidos como marcos interpretativos de estos derechos, no se agotaron en sí mismos. Por el contrario, en un contexto de creciente globalización fue el camino que las radios comunitarias, populares y alternativas encontraron,

a través de las redes en torno a las que se nuclearon, para incidir en las legislaciones latinoamericanas que consideraban ilegales -hacia las emisoras o que, en el mejor de los casos, las reconocían con restricciones. Si cada vez más las legislaciones nacionales debían adecuarse los tratados internacionales a los que los Estados nacionales se adherían, la incidencia en los marcos interpretativos de aquellos tratados se volvió una cuestión relevante para la presión sobre los propios Estados y gobiernos. La estrategia no resultó en vano: paulatinamente entrado el nuevo siglo diversos países de la región modificaron sus legislaciones en materia de radiodifusión en un sentido democratizador en concordancia, en determinada medida, con dichos estándares. Nos referimos, por ejemplo, al reconocimiento legal que las radios comunitarias, populares y alternativas lograron a través de la Ley de Servicio de Radiodifusión Comunitaria en Uruguay en 2007, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina en 2009 y la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador en 2013. Lo que siguió luego de estas leyes, es asunto de una indagación y reflexión que excede el propósito de este trabajo.

4. Hacia un nuevo activismo global

Podemos hipotetizar provisoriamente⁵ que el desarrollo de políticas de comunicación democratizadoras por parte de los gobiernos populistas de izquierda latinoamericanos, primeramente, y la reciente regresividad de derechos comunicacionales a partir de las nuevas políticas desplegadas por los gobiernos neoconservadores de la región, desplazaron la atención del activismo que nucleó a expertos y militantes sociales de la escena global a los territorios nacionales. Paralelamente, la emergencia de nuevas plataformas y nuevos actores de la comunicación en el contexto de despliegue de Internet y las tecnologías digitales configuran un escenario que plantea novedosos y urgentes desafíos a quienes pugnan por la democratización de las comunicaciones. ¿Cómo regular los servicios OTT desde los principios de diversidad y pluralismo? ¿Cómo garantizar federalismo y producción nacional en estas plataformas? ¿Qué implicancias regulatorias tiene la comprensión del acceso a Internet como un derecho? ¿Quiénes y cómo se controla la censura que ejercen los intermediarios de Internet como *Facebook* y *Google*? ¿Cómo regular las *fake news* sin restringir el derecho a la libertad de expresión? ¿Cómo limitar la concentración de las industrias culturales a las que tienden los procesos de convergencia tecnológica? ¿Cómo preservar los derechos de trabajadoras y trabajadores en tiempos de *prosumidores*? ¿Qué capacidad legal y qué fuerza política tienen los Estados nacionales en la regulación de los grupos económicos extranjeros dedicados a las comunicaciones?

5 Decimos hipotetizar provisoriamente pues no nos dedicaremos a demostrar esta hipótesis sino que la dejamos planteada como provocación para la reflexión política.

Quizás la pequeña gran historia del movimiento de radios comunitarias, populares y alternativas que acabamos de relatar sea inspiradora de cara a los desafíos en tiempos digitales. Dar vida a un activismo comunicacional de escala global que articule a expertos y militantes sociales, que enrede a diversos organismos nacionales e internacionales, que construya respuestas propositivas a estos interrogantes, que renuncie a la marginalidad en tiempos aciagos y tenga profunda voluntad de incidencia, que elabore una estrategia deliberada y sostenida en el tiempo, que erija el derecho a la comunicación y la democratización de las sociedades como horizonte irrenunciable, puede ser un camino que valga la pena ensayar.

Referencias bibliográficas

- ALER. (1996). *Un nuevo horizonte teórico par la radio popular en Emérica Latina*. Quito: ALER.
- ALER. (2007). *La vuelta y media*. Obtenido de Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo: Recuperado de http://www.aler.org/docs/libros/vuelta_y_media.pdf
- ALER Y AMARC ALC. (2009). *Transformar. El camino y los andares*. Buenos Aires: ALER Y AMARC ALC.
- AMARC ALC. (2009). *Informe sobre Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión en América Latina 2009*. Recuperado de: http://legislaciones.amarc.org/Informe2009_Diversidad_y_Pluralismo.pdf.
- AMARC ALC. (2009). *Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria*. Buenos Aires: AMARC ALC.
- ALER (1996). *Un nuevo horizonte teórico para la radio popular en América Latina*. Quito: ALER.
- ALER (2007). *La vuelta y media. Reflexiones alrededor del Proyecto Político Comunicativo*. Recuperado de http://www.aler.org/docs/libros/vuelta_y_media.pdf
- ALER y AMARC ALC (2009). *Transformar. El camino y los andares*. Buenos Aires: ALER y AMARC ALC.
- AMARC ALC (2009 a). *Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria*. Buenos Aires: AMARC ALC.
- AMARC ALC (2009 b). Informe sobre Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión en América Latina 2009. Recuperado de: http://legislaciones.amarc.org/Informe2009_Diversidad_y_Pluralismo.pdf
- AMARC ALC (2010 a). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Buenos Aires: AMARC ALC.
- AMARC ALC (2010 b). Informe sobre Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión en América Latina 2010. Recuperado de: <http://www.amarc.org/documents/rapports/annual-reports/Informe2010.pdf>
- Busso, N. (2011). Derecho a la Comunicación: conceptos clave y contexto internacional. En Busso, N. & Jaimes, D. (comp.). *La cocina de la ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina*. Buenos Aires: Buenos Aires.
- Geerts, A., Van Oeyen, V. & Villamayor, C. (2004). *La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: la práctica inspira*. Quito: ALER y AMARC ALC.
- Gerbaldo, J. (2014). *Radios Comunitarias, Comunicación Popular y Ciudadanía. Disputas por*

- la democratización de la palabra pública. Su tesis de maestría. El caso del Foro Argentino de Radios Comunitarias –FARCO- Argentina (1980-2013).* (Tesis de Maestría). Córdoba: CEA-UNC.
- Galavotti, R. & Randazzo, D. (2001). *FM de la Calle. Una historia que merece ser contada.* Mendoza.
- Girard, B. (1997). Pluralismo, radio e Internet. *Revista Chasqui*, 59, 26-28.
- Gómez, G. & Aguerre, C. (coord.) (2009). *Las mordazas invisibles.* Buenos Aires: AMARC ALC.
- Gutiérrez, H. (1997). La radio popular. Entre lo local y lo global. *Revista Chasqui*, 59, 29-32.
- Laclau, E. (2011). *La razón populista.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. y Mouffe, Ch. (2010). *Hegemonía y estrategia socialista.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lamas, E. & y Lewin, H. (1995). Aproximación a las radios de Nuevo tipo: tradición y -escenarios actuales". *Revista Causas y Azares*, 2, 70-86.
- López Vigil, J. I. (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados.* Quito: AMARC ALC y otros.
- Mata, M. C. (1993). ¿Radio popular o comunitaria? *Revista Chasqui*, 47, 57-59.
- Mata, M. C. (1994). Hacer radio es producir realidad. *Revista Chasqui*, 49, 44-47.
- Mattelart, A. (2007). Pasado y presente de la Sociedad de la Información: entre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. En Loreti, D., Mastrini, G. & Baranchuk, M. (comp.). *Participación y democracia en la Sociedad de la Información.* Buenos Aires: Prometeo.
- Roncagliolo, R. (1996). Libertad de expresión radiofónica. *Revista Chasqui*, 56, 48-51.
- Villamayor, C. & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana.* Quito: FES y AMARC ALC.

Declaraciones

- Declaración de Pozo de Rosas, realizada en el marco del seminario "Democratizar el espectro radioeléctrico". Pozo de Rosas, Venezuela, 15 de noviembre de 1996.
- Declaración conjunta del Relator Especial de Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión (ONU), el Representante de la Organización de Seguridad y Cooperación en Europa para la Libertad de los Medios de Comunicación (OSCE) y el Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA). 2001.
- Declaración conjunta sobre la Diversidad en la Radiodifusión del Relator Especial de Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión (ONU), el Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA), el Representante de la Organización de Seguridad y Cooperación en Europa para la Libertad de los Medios de Comunicación (OSCE) y la Relatora Especial sobre Libertad de Expresión y Acceso a la Información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos (CADHP). 2007.

Medios del Tercer Sector en México. Un análisis comparativo entre los medios concesionados y los medios sin regulación estatal

Third Sector Media in Mexico. A comparative analysis between concession media and media without state regulation

Mídia do Terceiro Setor no México. Uma análise comparativa entre meios de concessão e meios de comunicação sem regulamentação estatal

María Consuelo LEMUS POOL

Universidad Autónoma de Tamaulipas / clemus@docentes.uat.edu.mx

Adolfo Rogelio COGCO CALDERÓN

Universidad Autónoma de Tamaulipas / acogco@docentes.uat.edu.mx

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 93-112)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 27-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

El objetivo de este artículo es analizar las características generales que presentan los medios de comunicación del tercer sector en México, realizando una comparación entre los concesionarios y los que trabajan sin regulación estatal. Para ello, se elaboró un censo empleando una revisión de documentos oficiales, directorios previos y un muestreo referencial en redes sociales digitales. Los resultados se presentan a través de una mirada cuantitativa y descriptiva que identificó las características generales de 399 medios, sus plataformas y usos de diversas tecnologías digitales. Entre los principales hallazgos destacan las condiciones estructurales desfavorables para los medios comunitarios e indígenas, así como una significativa consolidación de los medios sociales e independientes.

Palabras clave: tercer sector, medios comunitarios, ley federal de radiodifusión y telecomunicaciones, México

Abstract

The objective of this article is analyze the general characteristics presented by the media of the third sector in Mexico, making a comparison between that operate under a licensing scheme and media that work without state regulation. For this purpose, a census of the country's media was prepared using official documents, old directories and a referential sampling in digital social networks. The results are presented through a quantitative and descriptive look that allows identify the general characteristics of 399 media organizations, their platforms and uses of the different digital technologies. The principal findings shows an unfavorable structural conditions for community and indigenous media, as well as a significant consolidation of social and independent media.

Keywords: third sector, community media, federal telecommunications and broadcasting law, México

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar as características gerais que apresentam a mídia do terceiro setor do México, realizando uma comparação entre as que operam por meio de um esquema concessionário e as que trabalham sem regulação estatal. Para isto, foi elaborado um censo das mídias do país utilizando a revisão de documentos oficiais, diretórios anteriores e uma amostra de referência em redes sociais digitais. Os resultados são apresentados por meio de um olhar quantitativo e descritivo que permite identificar as características gerais, plataformas de transmissão de conteúdos e uso que conferem às diversas tecnologias digitais 399 mídias identificadas neste trabalho. Entre as principais conclusões se destacam as condições estruturais desfavoráveis para as mídias comunitárias e indígenas, assim como uma significativa consoidação das mídias sociais e independentes mexicanas.

Palavras-chave: terceiro setor, mídia comunitária, lei federal de radiodifusão e telecomunicações, México

1. Introducción

En América Latina, desde hace más de cinco décadas es posible encontrar trabajos y documentación que evidencia la existencia de medios de comunicación que operan al margen de las empresas privadas-comerciales, pero que tampoco se definen como medios públicos-gubernamentales o institucionales (Iglesias, 2015; Kejval, 2016; Lizondo, 2018). Estos medios, que han sido llamados alternativos, populares y comunitarios, tienen diversos contextos de surgimiento; por una parte, la tradición de medios comunitarios y para el desarrollo (Beltrán, 1974; Kaplún, 1989), por otra, las propuestas de “otra comunicación” para hacer frente al sistema transnacional de oligopolios mediáticos (Reyes-Matta, 1989), así como radios y periódicos clandestinos, militantes y subversivos (Mattelart & Piemme, 1981; Simpson, 1981). Su diversidad y multiplicidad de formatos o niveles de alcance, a lo largo de estos años, ha generado abordajes teóricos que tratan de clarificar su especificidad, pero también se ha reconocido la necesidad de mirar como un conjunto estos medios, a partir de las prácticas que generan (Barranquero, 2015).

Una de las propuestas para estudiar y comprender esta diversidad, pero sin alinearla a un esquema canónico ni reduccionista, es la de medios del tercer sector. Este concepto se retoma de diversas legislaciones que han permitido la distribución del espectro radioeléctrico a tres tipos de concesionarios: 1) empresas privadas con fines de lucro, el cual se denomina primer sector; 2) agentes públicos de la administración estatal, que corresponde al segundo sector, y 3) personas y entidades sin fines de lucro, las cuales conforman el tercer sector de la comunicación.

En el actual contexto digital, los medios del tercer sector continúan funcionando como un campo de resignificación ideológica al ejercer una función contrainformativa, es decir, propiciar relaciones comunicativas desde marcos reflexivos críticos para incidir en el proceso de construcción de la realidad social (Vinelli, 2014). Asimismo, brindan mayor pluralidad de representaciones en el mercado mediático contemporáneo, caracterizado históricamente por operar bajo esquemas de monopolio y concentración corporativa (Esteinou, 2018; Fuchs & Mosco, 2016).

En este trabajo, se identifican dos grandes categorías de operación de los medios del tercer sector: aquellos que tienen un proceso de regulación por parte del estado, es decir, que operan a través de concesiones o permisos de operación y los medios que se mantienen fuera de la regulación estatal, pues se catalogan como medios libres, alternativos, comunitarios y populares que operan al margen de las instituciones gubernamentales.

En primer lugar, los medios concesionados del tercer sector reflejan los logros de las luchas históricas que las radios comunitarias han librado por alcanzar reconocimiento y legitimidad dentro de las políticas gubernamentales nacionales. En el contexto latinoamericano, fue durante la década de 1980 que se instrumentaron y propagaron los mecanismos legales para que las organizaciones sociales, movimientos y colectivos sin fines de lucro gestionaran licencias radiofónicas (Kejval, 2016).

Por otra parte, los medios del tercer sector que operan sin regulación se han desarrollado históricamente en una diversidad de formatos, esquemas organizativos y niveles de alcance, por ejemplo: periódicos independientes o las propias radios comunitarias y populares clandestinas (Simpson, 1981). Pero en el contexto actual, gracias a las tecnologías digitales, las plataformas *web* han flexibilizado y abaratado costos para la producción continua de contenidos, por lo que su presencia es creciente dentro de Internet y los formatos que presentan son asimismo complejos: televisión y radio por Internet, *magazines* o periódicos digitales, video-documentales y fotoperiodismo, por citar los más recurrentes (Barranquero, 2016).

El principal reto que deviene de la exponencial presencia de estos medios, así como de la diversidad de sus formas y tipos, es su localización e integración analítica, para tener un panorama de conjunto de la diversidad de propuestas que realizan y los contextos donde están operando. Diversos autores han empleado técnicas de mapeo cartográfico, logrando resultados significativos en España (Barranquero, 2016; Calvo, 2017; Serrano, 2017), Argentina (Avilés & Zegada, 2018; Müller, 2017) y Chile (Rodríguez, 2017). Este tipo de trabajos buscan censar la mayor cantidad de medios del tercer sector y emplean herramientas de mapeo colaborativo o revisión de bases de datos oficiales, así como directorios de redes de medios. En México, a pesar de la importante presencia de medios de este tipo aún no existe un mapeo completo que integre y localice a los medios concesionados y sin regulación, así como sus principales características y estructuras de operación.

En este contexto, este artículo presenta los resultados descriptivos de un primer censo de medios del tercer sector en México, que se desprende del proyecto de investigación posdoctoral: “Estructura de los medios de comunicación del tercer sector. Estrategias, modelos organizacionales y económicos de operación en el contexto mexicano”, desarrollado en la Universidad Autónoma de Tamaulipas. El objetivo general de este trabajo es analizar las características generales que presenta este sector de medios en el país, realizando una comparación entre los que operan bajo un esquema concesionario y los que trabajan sin regulación, contrastando el tipo de figuras organizativas que adoptan para cada esquema.

Para el análisis se elaboró un censo de medios empleando revisión de documentos oficiales, directorios previos y un muestreo referencial en redes sociales digitales. En el proceso se identificaron 399 actores, de los cuales

253 son concesionarios y 146 operan sin regulación Estatal. En este artículo, se presentan los resultados estadísticos descriptivos de las características generales de estos medios del tercer sector mexicanos, las plataformas de transmisión de contenidos y el uso que le dan a diversas tecnologías digitales.

2. El tercer sector de la comunicación como campo

El tercer sector de los medios de comunicación funciona como una categoría que se aproxima a la noción de campo de Pierre Bourdieu (2001), ya que el campo refleja: “el espacio social y los grupos que en él se distribuyen”, los cuales “son el producto de luchas históricas, en las cuales los agentes se implican en función de su posición en el espacio social y de las estructuras mentales a través de las cuales aprehenden ese espacio” (p. 12). Por lo tanto, el campo social se constituye por la lucha o competencia que se “juega” dentro del mismo, a partir de un cierto poder o capital específico. Esto quiere decir, que los agentes adquieren una definición histórica dentro de cada sector, de acuerdo con su situación actual y potencial en la estructura de distribución de las diferentes especies de poder (o de capital), “cuya posesión condiciona el acceso a los provechos específicos que están en juego en el campo, y también por sus relaciones objetivas con otras posiciones (dominación, subordinación, homología)” (15).

En este sentido, planteamos que el tercer sector de la comunicación funciona no sólo como un contrapeso a los tipos o figuras de propiedad de los medios de comunicación que en este trabajo se clasifican en tres ámbitos: el primer sector, que corresponde a los medios privado-comerciales; el segundo sector, que se refiere a los medios de propiedad pública¹ institucional-gubernamental, y el tercer sector, cuya propiedad es social-comunitaria. Cada uno de estos sectores establece una posición frente al otro, con sus propias prácticas y relaciones sociales (Iglesias, 2015; Ramos-Martín, Morais, & Barranquero, 2018).

Natalia Vinelli (2014) analiza que más allá de la figura de propiedad de un medio de comunicación, existe una posición diferencial de sus actividades, la cual se ubica en el par tensión-transformación. Para esta autora, la lógica del ser y hacer de los medios del tercer sector se constituye a través de una *praxis*² que deriva en formaciones culturales que en diferentes niveles de intensidad

1 Conviene subrayar que existe una diferencia profunda entre los medios públicos y el servicio público en los medios de comunicación. En primer lugar, los medios públicos se llaman así por el tipo de concesión que adquieren, la cual está adscrita a la administración y subsidio de instancias federales y gubernamentales. Por otra parte, el servicio público se refiere a la ideología del trabajo de estos medios de comunicación, que buscan el servicio universal, la participación ciudadana y la democratización de sus actividades (Bárceñas, 2018).

2 De acuerdo con Henri Lefebvre (1966), en el texto *Sociologie du Marx* existen tres niveles de la praxis: “La praxis repetidora vuelve a iniciar los mismos gestos y los mismos actos en ciclos determinados. La praxis mimética sigue unos modelos; llega a crear mediante la imitación, y por tanto sin saber cómo ni por qué; pero es más frecuente que imite sin crear. En cuanto a la praxis inventiva y creadora, alcanza su más elevado nivel en la actividad revolucionaria. Esta actividad puede ejercitarse tanto en el conocimiento y en la cultura (la ideología) como en la acción política” (citado en Senecal, 1986, p. 141).

conviven con rasgos del paradigma de comunicación dominante —el privado-comercial— y con aspectos de un nuevo paradigma que se pretende construir. Por lo tanto, si consideramos que históricamente el sistema mediático privado-comercial se ha desarrollado en términos hegemónicos en América Latina, los medios del tercer sector están en permanente tensión para no reproducir las lógicas de operación, contenidos, financiamiento y organización de este referente.

Por lo tanto, se trata de una categoría que se basa en un sistema de diferencias, es decir, que el valor de cada posición se mide “por la distancia social que la separa de otras posiciones” (p. 17). Para los medios de comunicación del tercer sector, esta distancia social se explica por la distribución de formas de capital diferenciados, que están profundamente interrelacionados con las figuras de propiedad, formas de financiamiento y maneras de concebir la práctica misma de hacer comunicación desde el paradigma social y comunitario. Alejandro Barranquero (2015), al definir el concepto emplea esta lógica de distancia del campo social para articular los aspectos característicos de estos medios (Ver Tabla 1).

En este trabajo, el concepto de medios del tercer sector funciona como categoría integradora, más que como una definición estructurada en los límites de ciertas características de propiedad, producción informativa o financiamiento. A pesar de que en este trabajo ofrecemos una perspectiva comparada de dos tipos de medios del tercer sector, podemos identificar retos similares en ambos casos. Asimismo, al pensar en términos de campo, es posible identificar que los contextos de operación son importantes para aterrizar un análisis más fino respecto a las pautas particulares de sus prácticas.

Tabla 1. Características de los Medios del Tercer Sector

	Medios del primer y segundo sector ¹	Medios del tercer sector
Promotores y estatuto jurídico	Empresa con ánimo de lucro (medios privados) o entidades gubernamentales de servicio público (medios públicos).	Ciudadanía organizada (ONG, asociaciones, etc.) o movimientos sociales sin ánimos de lucro.
Financiación	Publicidad, patrocinio, venta y ayudas del Estado.	Búsqueda de financiación que no comprometa la independencia, en especial, cuotas de miembros y simpatizantes, y, en algunos casos, ayudas de Administraciones públicas y patrocinio local y/o consensuado el colectivo.
Línea editorial	Agenda y enfoques próximos a las élites sociales y grupos de interés político y económico. Tendencia a la reproducción de la ideología dominante. Primacía de valores noticia como la inmediatez, la novedad, el conflicto, la jerarquía de los personajes implicados. Predisposición a la homogeneización de las informaciones y a la programación.	Agenda y enfoques próximos a la ciudadanía en general o a comunidades específicas en particular. Tendencia al desafío de la ideología dominante. Primacía de valores de proximidad social y geográfica, interés humano, servicio público a las comunidades. Predisposición a la diversidad cultural y a la multiplicidad de puntos de vista.
Profesionalización	Alto grado de profesionalización.	Convivencia de profesionales con voluntarios, amateurs y periodistas ciudadanos.
Toma de decisiones	Tendencia a la verticalidad a cargo de consejos editoriales y de administración.	Tendencia a la horizontalidad, a pesar de métodos dialógicos y asamblearios abiertos a la comunidad.
Audiencias	Participación muy limitada, filtrada e incluso manipulada de la ciudadanía (ej. Llamadas telefónicas a radio, presencia de tweets en la televisión, etc.).	Tendencia a la participación de la ciudadanía en una, varias o todas las fases del proceso comunicacional (Estructuras de micrófono abierto).

¹ Se cambió el encabezado original “Medios convencionales” por “Medios del primer y segundo sector”, para favorecer la comparación.

Fuente: Barranquero (2015, p. 110-111), basado en Lewis (1993) y Ferron (2012).

3. Estrategia metodológica

Para contextualizar la metodología de la cual se desprenden los resultados estadísticos descriptivos que se presentan en este artículo, es conveniente mirar como un conjunto la estrategia metodológica general del proyecto. En primer lugar, durante diciembre de 2018 se realizaron diez entrevistas en profundidad a medios de comunicación que cumplieran los siguientes parámetros de inclusión:

1. Medios sociales sin fines de lucro, lo cual significa que se trata de medios sociales, comunitarios e indígenas cuyos mecanismos de financiamiento económico no están enfocados a la acumulación de ganancias, sino a la sustentabilidad de la organización.

2. Medios no-partidistas, que independientemente de su posición ideológica no tengan como fuente de ingresos a un partido político.
3. Con contenidos de servicio público, lo que significa una vocación periodística de informar y servir al interés público, sin importar el tipo de temática que trabaje. Por lo tanto, se incluyeron medios alternativos, comunitarios, activistas, populares, libres, independientes, ciudadanos, de organizaciones no-gubernamentales y asociaciones civiles, que cubren temas que van desde salud, protección de derechos humanos, medio ambiente y defensa del territorio, género, cultura y política.
4. Con más de un año de producción informativa noticiosa continua, en este caso, que durante 2018 estuvieran activos.

En esta primera etapa de muestreo teórico (Strauss & Corbin, 2002) se identificaron diversas redes de medios del tercer sector que trabajan en el contexto mexicano: Sembramedia³, los Tejemedios⁴, Radio zapatista⁵, Periodistas de a pie⁶ y el Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS)⁷. A partir de este listado inicial de actores y de las redes con las que trabajan, se empleó un procedimiento de muestreo referencial (Goodman, 1961) en las redes sociales digitales (*Twitter* y *Facebook*) de estos medios, empleando los mismos parámetros de inclusión de la primera ronda, lo cual permitió desarrollar, hacer denso y saturar el listado de medios. Al mismo tiempo, se solicitaron y analizaron los listados oficiales del Instituto Federal de Telecomunicaciones de México (IFT) sobre las concesiones de radiodifusión sociales sin fines de lucro vigentes durante 2018, esto significa, el listado de radios sociales, comunitarias e indígenas del país.

Los resultados que se presentan a continuación parten de una mirada cuantitativa, en un nivel descriptivo, que se genera a partir de la aplicación de una cédula de registro durante el mapeo de medios del tercer sector mexicanos, en la cual se buscó identificar: nombre y tipo de medio, ubicación geográfica, año de creación, figura organizativa, tipo de transmisión de contenidos (AM,

3 Sembramedia es una organización sin fines de lucro dedicada a incrementar la diversidad de voces y calidad del periodismo en español, ayudando a emprendedores de medios digitales a alcanzar la sostenibilidad económica. Se puede consultar en <https://www.sembramedia.org/>

4 Los Tejemedios es un meta-medio de comunicación que concentra la programación de diversos medios libres y alternativos de México. Puede consultar más información en <http://lostejemedios.wixsite.com/noticias>

5 Radio Zapatista es un colectivo de medios libres y autónomos conformado por comunicadores independientes simpatizantes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Su información está disponible en <https://radiozapatista.org/>

6 Periodistas de a Pie es una organización que busca elevar la calidad del periodismo en México, a través de la capacitación y del intercambio en redes de colaboración. Puede acceder a su información en <https://www.periodistasdeapie.org.mx/>

7 CENCOS es una organización que tiene como objetivo fortalecer, promover y difundir los derechos a la libertad de expresión y acceso a la información, así como las normas y marcos legales necesarias para su ejercicio. Puede consultar más datos en <http://cencos.com.mx/>

FM, TDT, Radio vía *streaming*, Televisión por Internet, Contenidos *web*, Video documental), así como uso de plataformas digitales (página *web*, redes sociales, medios de contacto como teléfono y correo electrónico o formularios de contacto, entre otros). Los hallazgos visibilizan las diversas acciones que cada tipo de medio establece para hacer sostenibles sus propuestas en los diversos contextos donde trabajan.

4. Los medios concesionados del tercer sector en México

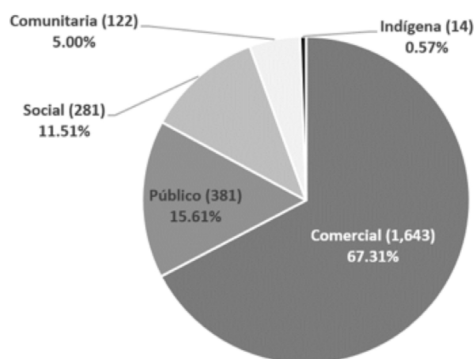
En la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) vigente en México⁸ se establecen cuatro tipos de concesiones: 1) Para uso comercial, que se confiere a actores con fines de lucro; 2) para uso público, que son reservadas para instituciones gubernamentales y de educación superior de carácter público, las cuales están estipuladas como sin fines de lucro; 3) de uso privado, que se atribuyen a actores privados y gubernamentales con fines de experimentación y comunicación privada; así como 4) las de uso social, que prestan servicios para propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro y se dividen en tres categorías: sociales, comunitarias e indígenas (Artículo 76 y 87). Estas últimas son las que consideramos como parte de los agentes concesionarios del tercer sector.

De acuerdo con los registros del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT, 2019), las concesiones vigentes durante 2018 que tienen asignado un espacio en el espectro radioeléctrico de México eran 2 441, de las cuales 417 (17%) corresponden a las del tercer sector, es decir a las concesiones de uso social, comunitario e indígena.

Por Ley, se estipula que el IFT deberá favorecer la diversidad y evitar la concentración nacional y regional de frecuencias, así como garantizar el 10% de la banda de radiodifusión sonora FM, que va de los 88 a los 108 MHz a las concesiones del tipo comunitario e indígena (Artículo 90). Pese a dicha disposición, el panorama de operación de las concesiones del tercer sector durante 2018 es restringido. Como es posible ver en la Figura 1, aquellas que corresponden a las comunitarias y sociales suman en conjunto el 5.57% del total de concesiones otorgadas.

8 En julio de 2014 se promulgó la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como la Ley del Sistema Público de Radiodifusión en México, para hacer frente a las transformaciones de la convergencia digital en tales sectores (Meneses, Bravo, & Gabino, 2015). Cabe señalar que previo a esto, se operaba con la Ley Federal de Radio y Televisión que fue promulgada en enero de 1960.

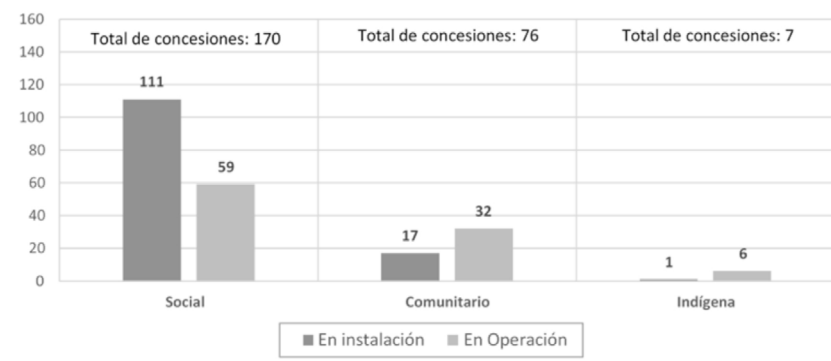
Gráfico 1. Tipo de concesiones vigentes otorgadas al servicio de radiodifusión para prestar el servicio de radio AM y FM en México



Fuente: elaboración propia empleando datos del IFT (2019).

En cuanto al funcionamiento real de estas concesiones, cabe precisar que de las 417 concesiones vigentes, 129 se encuentran en instalación y 97 en operación, las demás, pese a su estatus de vigencia aún se encontraban en trámites de notificación del otorgamiento (IFT, 2018a). En la Figura 2 se presenta el estatus real de operación de cada tipo de concesión, lo cual permite ver que el panorama de radiodifusoras que operó sus servicios durante 2018 fue mucho más reducido (3.9% del total de concesiones).

Gráfico 2. Estatus de las concesiones sociales, comunitarias e indígenas otorgadas al servicio de radiodifusión para prestar el servicio de radio AM y FM



Fuente: elaboración propia empleando datos del IFT (2018a).

Victoria Tauli Corpuz (2017), en una relatoría especial de las Naciones Unidas (ONU) sobre los derechos de los pueblos indígenas en México, expone que la situación de exclusión y discriminación de estas comunidades se apunala por un marco de políticas y reformas estructurales que privilegian los intereses de los actores privados en detrimento de los derechos de estos pueblos y comunidades. Esta situación se refleja, entre otros aspectos, en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) mexicana por la ausencia de mecanismos para que las concesiones comunitarias e indígenas compitan en equidad de condiciones con los agentes privado-comerciales.

En este censo se encontró que los medios concesionados del tercer sector más fortalecidos son los de concesiones sociales, es decir, radios operadas por asociaciones civiles en el marco de la promoción cultural, educativa y de información independiente, generalmente de contextos urbanos. No obstante, aquellos que corresponden a los medios comunitarios e indígenas presentan un rezago importante debido a la dificultad para demostrar las capacidades técnicas, jurídicas y económicas que exige la ley, así como presupuestos limitados para dar seguimiento a los trámites. La complejidad en el acceso a las concesiones es una de las principales causas de la operación ilegal de las radios clandestinas. Aunque no existen cifras oficiales, su creciente presencia en el espectro radioeléctrico ha originado mecanismos más agresivos para su desmantelamiento (IFT, 2016), por ejemplo, a partir de los artículos 304 y 305⁹ de la LFTR, se ha documentado la imposición de sanciones judiciales y administrativas para los operadores, quienes suelen ser mayoritariamente actores comunitarios e indígenas (Tauli- Corpuz, 2017, p. 11).

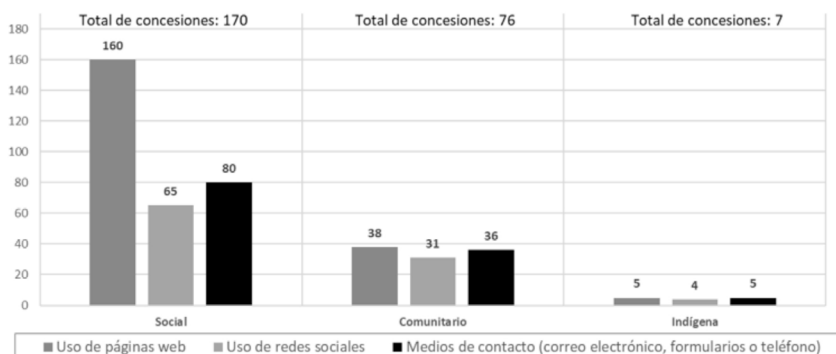
Por otra parte, se han registrado agresiones sistemáticas a este tipo de medios, así como asesinatos de comunicadores populares (Tauli- Corpuz, 2017, p. 12). A esta situación se debe sumar un proceso de desconfianza hacia las instituciones del Estado y el rechazo a transmitir spots de partidos políticos de muchos grupos comunitarios e indígenas (situación que es obligatoria en México por el Instituto Nacional Electoral), así como a la incompatibilidad de la propaganda gubernamental con sus proyectos políticos, lo cual propicia un rechazo a operar bajo el régimen concesionario (Autor).

Además del acceso, otro de los principales retos son las opciones permitidas de financiamiento. Por ley, este tipo de concesiones sólo pueden acceder a los recursos que marca el artículo 89 de la LFRT: donativos, aportaciones de la comunidad, venta de contenidos, arrendamiento de instalaciones, proyectos de coinversión y venta de publicidad a entes públicos federales. Este esquema se ajusta con mayor bondad a las concesiones sociales de áreas urbanas, no obstante, queda descontextualizado para las concesiones comunitarias e indígenas que operan en comunidades rurales y en contexto de marginación económica (OBSERVACOM, 2019).

9 Este tipo de actuación se apoya en el Código Penal Federal y en los artículos 149 y 150 de la Ley General de Bienes Nacionales de México.

En la Figura 3 se presenta un panorama general del uso de las tecnologías digitales. Como puede observarse, las concesiones sociales son las más integradas a la convergencia digital, ya que casi la totalidad invierte en la producción de contenidos para sus páginas web, las cuales destacan por ser técnica y visualmente funcionales.

Gráfico 3. Tipo de emisión de contenidos entre concesiones sociales, comunitarias e indígenas en México



Fuente: elaboración propia empleando datos del IFT (2018a).

En el caso de las radios comunitarias e indígenas resulta más relevante el uso de redes sociales digitales y medios de contacto directo como el teléfono y correo electrónico. El uso de páginas web es muy elemental y generalmente se emplean como canal de réplica para la producción radiofónica. Esto refleja la preeminencia que tiene para estas últimas el establecimiento de redes con sus comunidades y la búsqueda de una participación social activa. Asimismo, se emplean los canales más baratos y técnicamente más accesibles para los grupos que están detrás de este tipo de concesiones.

5. Medios digitales del tercer sector sin regulación en México

Los medios del tercer sector que operan sin regulación gubernamental constituyen otro orden de medios que se ha vinculado con mayor arraigo a las plataformas digitales para hacer sostenibles sus propuestas informativas. En el censo realizado por esta investigación se identificaron 146 medios digitales que cumplen con los parámetros de selección, los cuales se autodenominan como medios independientes, comunitarios, activistas, libres, ciudadanos y alternativos. Al igual en los medios concesionarios, al interior de cada uno de estos medios existen diferencias sustanciales, sobre todo las que se vinculan al proyecto político que rige las actividades organizativas de cada uno (Vinelli, 2014).

En la investigación de Rafael Ochoa y Delia Crovi (2017), en la cual se realizó un censo de cibermedios, se identificaron 1 345 proveedores digitales de noticias mexicanos en 2017, de los cuales, el 73% subsiste gracias a la venta de publicidad. Si tomamos estos datos como referencia, el número de medios del tercer sector identificados en este estudio es aproximadamente el 10.8% de los medios digitales mexicanos.

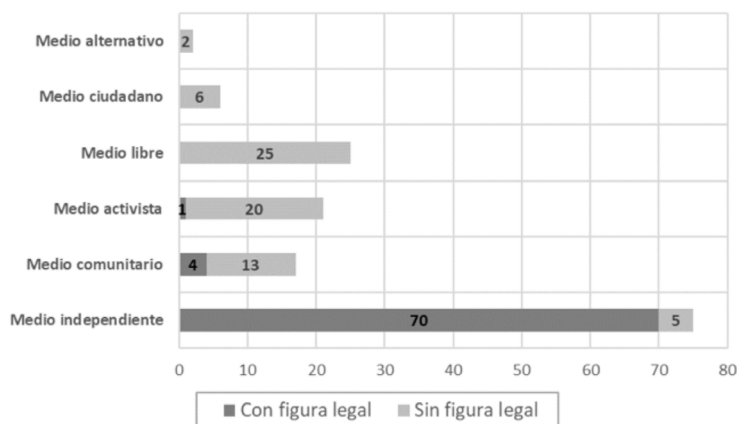
A diferencia de los medios concesionarios, los medios digitales del tercer sector presentan un modelo de operación más divergente, ya que la flexibilidad tecnológica permite realizar medios de alta complejidad técnica como televisión o radio por Internet, así como medios de baja complejidad como revistas digitales experimentales, blogs o *magazines* amateurs.

Un aspecto central del nivel de producción de contenidos y alcance de estos medios digitales se relaciona con sus procesos de consolidación organizativa. En una investigación previa se identificó que, a mayor nivel de estructuración organizacional, los medios del tercer sector presentan niveles de producción informativa más profesional, diversificada y sostenida en el tiempo (Autor). En este trabajo, uno de los aspectos vinculados con el nivel de estructuración organizacional se refleja en el ámbito de las figuras legales que amparan las actividades del medio digital, esto significa que si el medio está constituido legalmente como asociación civil, organización no gubernamental, cooperativa u otra figura sin ánimo de lucro, que le permita el acceso a beneficios y responsabilidades fiscales, ante las instancias gubernamentales y de vinculación con otras instituciones (como las de educación superior) es más probable que desarrolle las sinergias de colaboración para que el medio digital sea más sostenible.

En la Figura 4 se muestran los resultados en cuanto al registro de medios que presentan algún tipo de figura legal. De los 75 medios que sí están constituidos (51% del total) la mayoría lo hace bajo la figura de la asociación civil, son escasos los medios tipo cooperativas o de otra naturaleza legal. Otro aspecto que destaca, es que los medios digitales del tercer sector más consolidados son aquellos que se autodenominan como independientes, esto es, aquellos centrados en un periodismo local o de investigación con fuerte arraigo en la defensa de la libertad de expresión y el acceso a la información como derecho humano (Barranquero & Meda, 2015).

Gráfico 4. Tipo de asociación de los medios digitales del tercer sector en México

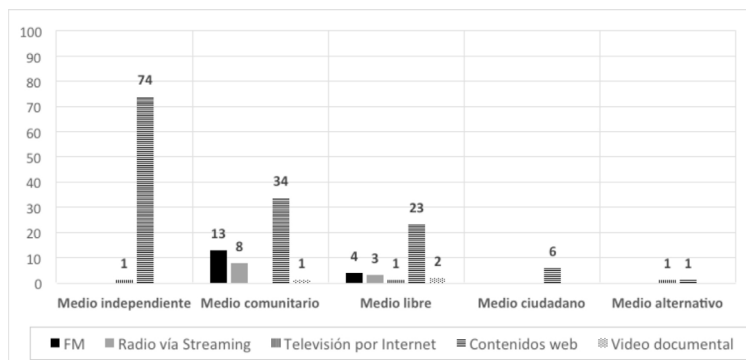
Fuente: elaboración propia.



En cuanto a la flexibilidad que proporcionan las tecnologías digitales para producir una diversidad de formatos, los resultados de este trabajo muestran la preponderancia de periódicos y revistas digitales, pero también la presencia contada de televisión y radio por Internet, páginas especializadas en video documental y en algunos casos, las radios que sin concesión o clandestinas que también transmiten en FM. En la Figura 5 se detalla la distribución de formatos por cada tipo de medio digital, como se observa, los medios comunitarios y los medios libres son los que aglutinan la mayor cantidad de formatos y reflejan mayor diversidad de producciones.

En cuanto al uso de plataformas digitales, los medios independientes y ciudadanos son los que presentan un mayor nivel de consolidación en el manejo de páginas web profesionales visual y técnicamente. Los medios comunitarios, libres y alternativos destacan en mayor medida su actividad a través de redes sociales digitales (*Facebook* y *Twitter*, principalmente). Estos resultados pueden entenderse también por los menores costos de inversión y consolidación organizacional que representa mantener una red social digital que una página web, a la cual se debe alimentar frecuentemente con contenido propio.

Gráfico 5. Tipo de emisión de contenidos de los medios digitales del tercer sector en México



Fuente: elaboración propia.

Los resultados obtenidos se pueden relacionar con los hallazgos de Ochoa y Crovi (2018), quienes evalúan que los proveedores de contenidos noticiosos en Internet de México aún no alcanzan un nivel de desarrollo significativo debido a bajos niveles de actualización de contenidos. En estos resultados, queda de manifiesto que los medios digitales del tercer sector en México trabajan algunos con un alto nivel de consolidación y frecuencia en sus actividades informativas y a la par, existe otro gran sector que aprovecha las potencialidades de los entornos digitales para la difusión de sus contenidos y producciones pero de manera más esporádica, ya que la participación voluntaria y sin retribución económica de muchos integrantes, propicia una desestructuración en cuanto a la frecuencia de contenidos.

En cuanto a los mecanismos de financiamiento, los medios digitales del tercer sector tienen la ventaja de no contar con limitaciones legales para acceder a recursos para sostenerse. No obstante, el modelo de negocio de los medios digitales es altamente complejo, ya que requiere de tráfico de usuarios y accesos para operar. Este tipo de mecanismos son viables para grupos que operan en áreas urbanas con altos niveles de acceso a tecnologías digitales, pero en el ámbito rural, estas aparentes ventajas de las plataformas *web* resultan ambiguas para los medios comunitarios e indígenas.

Por otra parte, la brecha digital que persiste en el contexto mexicano propicia que los medios digitales del tercer sector tengan una comunidad de usuarios que se adscriben a las áreas urbanas y cuentan con la precondition del acceso a las tecnologías digitales (Pérez-Salazar, 2018). Para las comunidades rurales, la producción de un medio digital cumple funciones de vinculación importantes con otros movimientos y redes internacionales, pero no responde favorablemente a las necesidades de integración, participación y empoderamiento de las comunidades.

6. A manera de cierre

En su conjunto, este trabajo presentó una descripción de los principales medios del tercer sector en el contexto mexicano. La propuesta analítica de diferenciarlos entre aquellos que operan concesionados y los que se estructuran en los entornos digitales permite comprender que existen ventajas para cada tipo, como el nivel de alcance y formas de financiamiento, pero también visibiliza los retos de cada esquema ya que ambos requieren dinámicas propias para hacer sostenibles sus propuestas en cada ámbito.

En los dos casos es posible identificar que los que se adscriben a comunidades indígenas y que se conciben como comunitarios son los que presentan los mayores retos para llevar a cabo este tipo de medios. En los dos esquemas de operación existen factores de acceso que es necesario replantear a través de las regulaciones y políticas públicas, ya que compiten en una situación de inequidad estructural. Diversas recomendaciones han señalado que la legislación en México no protege, incentiva ni favorece el acceso a medios de comunicación para este tipo de grupos y comunidades en vulnerabilidad (IFT, 2018b; OBSERVACOM, 2019), por lo que resolver el acceso es el primer aspecto para hacerlos sostenibles como sector y en segundo lugar, proponer esquemas de fortalecimiento financiero que no coarten la libertad de expresión o tergiversen la esencia contrahegemónica de sus contenidos.

A diferencia de los medios privado-comerciales y los público-gubernamentales, los medios del tercer sector, sociales-comunitarios, requieren poseer no sólo las competencias económicas, legales, administrativas y técnicas para hacer sostenibles sus actividades, la dimensión ideológica que acompaña cada proyecto político muestra que el ámbito comunitario y de participación social es uno de los aspectos centrales. Los medios del tercer sector, en tanto espacios de lucha simbólica y posicionamiento de agentes en permanente tensión frente a las prácticas de los otros sectores mediáticos, requieren repensarse desde sus muy particulares miradas y *praxis* de transformación social.

Referencias bibliográficas

- Avilés, C., & Zegada, S. (2018). Radios comunitarias en Jujuy (Argentina): mapeo y condiciones de funcionamiento. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 2(9), 74–87.
- Bárceñas, C. (2018). Digital Switchover and the Public Service Communication Policies. The case of Mexico City. En: *International Association for Media and Communication Research Annual Conference (IAMCR)*, (2018). Oregon, EU.: University of Oregon.
- Barranquero, A. (2015). Historia y presente de la investigación y experiencias del Tercer Sector de la Comunicación en España. En A. Nerekan, M. A. Casado, R. Zallo, & J. C. Miguel de Bustos (Eds.), *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación* (pp. 107–129). País Vasco, España: Universidad del País Vasco.

- Barranquero, A. (2016). *La juventud española y los medios del Tercer Sector de la Comunicación*. Madrid, España: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud. Recuperado a partir de https://jovenesytercersector.files.wordpress.com/2016/01/juventud_tercer_sector_comunicacion.pdf
- Barranquero, A., & Meda, M. (2015). Los medios comunitarios y alternativos en el ciclo de protestas ciudadanas del 15M. *Athena Digital*, 15(1), 139–170.
- Beltrán, L. R. (1974). Desarrollo rural y comunicación social: relaciones y estrategias. En A. Gumucio-Dagron & T. Tufte (Eds.), *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas* (2008) (pp. 145–158). La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- Bourdieu, P. (2001). Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social. En P. Bourdieu (Ed.), *Poder, Derecho y Clases Sociales*. (2da ed., pp. 131–164). Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Calvo, D. (2017). Ponencia en Panel: “La elaboración de mapeos y cartografías en el Tercer Sector de la Comunicación. Un diálogo transatlántico”. En *III Encuentro RICCAP. Cartografías de los medios ciudadanos. Diálogo con experiencias internacionales*. Toledo, España: Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (Riccap). Recuperado a partir de <http://www.riccap.org/iii-encuentro-riccap/>
- Esteinou, J. (2018). *Transformar el viejo pacto de comunicación*. Siempre., 32–33. Recuperado a partir de <http://www.siempre.mx/2018/12/transformar-viejo-pacto-de-comunicacion/>
- Fuchs, C., & Mosco, V. (2016). Introduction: Marx is back - The importance of Marxist Theory and Research for Critical Communication Studies today. En C. Fuchs & V. Mosco (Eds.), *Marx in the age of digital capitalism* (pp. 1–22). Leiden, The Netherlands: Koninklijke Brill.
- Goodman, L. (1961). *Snowball sampling*. *Annals of Mathematical Statistics*, 32, 148–170.
- IFT. (2016). *El IFT publica herramienta para denunciar estaciones de radio sin concesión*. Recuperado el 11 de febrero de 2018, a partir de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicadoift5.pdf>
- IFT. (2018a). *Concesiones otorgadas para uso social, comunitario e indígena* al 25 de abril 2018. Recuperado el 15 de diciembre de 2018, a partir de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/concesionesocialcomunitario250418.pdf>
- IFT. (2018b). *Encuentro sobre sostenibilidad de las redes y medios sociales, comunitarios e indígenas*. Recuperado el 16 de abril de 2018, a partir de <http://www.ift.org.mx/conocenos/pleno/otros-documentos/javier-juarez-mojica/encuentro-sobre-sostenibilidad-de-las-redes-y-medios-sociales-comunitarios-e-indigenas>
- IFT. (2019). *Base de datos de concesiones, autorizaciones y permisos* al 28 de enero 2019. Recuperado el 29 de enero de 2019, a partir de <http://ucsweb.ift.org.mx/vrpe/visor/downloads>
- Iglesias, M. (2015). “A contramano”: modelos de gestión y estrategias económicas de las radios comunitarias argentinas en búsqueda de la sustentabilidad (2005-2015). (Tesis inédita de Maestría). Universidad Nacional de Quilmes.
- Kaplún, M. (1989). Uruguay, Participación: Praxis, propuesta, problema. La experiencia del casete-foro. En M. Simpson (Ed.), *Comunicación Alternativa y Cambio social*. Tomo I, América Latina (2da ed., pp. 266–283). México: Premia Editora.
- Kejval, L. (2016). *Ante la Ley. Reconfiguraciones de la identidad política de las radios comunitarias, populares y alternativas argentinas*. (Tesis inédita de Doctorado en Ciencias Sociales). Universidad de Buenos Aires.
- Lizondo, N. L. (2018). *La comunicación con identidad. Regulaciones y un estudio de caso*.

- Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.5745>
- Mattelart, A., & Piemme, J.-M. (1981). *La televisión alternativa*. Barcelona, España: Editorial Anagrama.
- Meneses, M. E., Bravo, J., & Gabino, M. (2015). *Telecomunicaciones y radiodifusión. Regulación, economía y cambio tecnológico*. México: Fontamara / UASLP.
- Müller, A. (2017). Ponencia en Panel: "La elaboración de mapeos y cartografías en el Tercer Sector de la Comunicación. Un diálogo transatlántico". En *III Encuentro RICCAP. Cartografías de los medios ciudadanos. Diálogo con experiencias internacionales*. Toledo, España: Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (Riccap). Recuperado a partir de <http://www.riccap.org/iii-encuentro-riccap/>
- OBSERVACOM. (2019). *Organizaciones indígenas y sociales de México presentaron recomendaciones para una política de cobertura plena de telecomunicaciones*. Ciudad de México. Recuperado a partir de <http://www.observacom.org/organizaciones-indigenas-y-sociales-de-mexico-presentaron-recomendaciones-para-una-politica-de-cobertura-plena-de-telecomunicaciones/>
- Ochoa, R. L., & Covi, D. (2017). Characterization of Mexican cybermedia: A vision from the diffusion of innovations. IEEE. Institute of Electrical and Electronics Engineers. <https://doi.org/10.1109/CONITI.2017.8273345>
- Ochoa, R. L., & Covi, D. (2018). Evaluation of accessibility in Mexican cybermedia. *Universal Access in the Information Society*, 1–10. <https://doi.org/10.1007/s10209-018-0613-9>
- Pérez, G. (2018). Capital informacional y sociedad de la información: reflexiones en torno a la brecha digital. En *Monitorear la sociedad de la información y el conocimiento. Propuesta de indicadores cualitativos: el "Capital informacional"* (pp. 59–73). Ciudad de México: UNAM / La Biblioteca.
- Ramos, J., Morais, S., & Barranquero, A. (2018). Las redes de Comunicación Alternativa y Ciudadana en España. Potencialidades, dificultades y retos. OBETS. *Revista de Ciencias Sociales*, 13 (1), 121–148. <https://doi.org/10.14198/OBETS2018.13.1.05>
- Reyes, F. (1989). La comunicación transnacional y la respuesta alternativa. En M. Simpson (Ed.), *Comunicación Alternativa y Cambio social. Tomo I, América Latina* (2da ed., pp. 104–126). México: Premia Editora.
- Rodríguez, J. D. (2017). Ponencia en Panel: "La elaboración de mapeos y cartografías en el Tercer Sector de la Comunicación. Un diálogo transatlántico". En *III Encuentro RICCAP. Cartografías de los medios ciudadanos. Diálogo con experiencias internacionales*. Toledo, España: Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (Riccap). Recuperado a partir de <http://www.riccap.org/iii-encuentro-riccap/>
- Serrano, M. (2017). Ponencia en Panel: "La elaboración de mapeos y cartografías en el Tercer Sector de la Comunicación. Un diálogo transatlántico". En *III Encuentro RICCAP. Cartografías de los medios ciudadanos. Diálogo con experiencias internacionales*. Toledo, España: Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (Riccap). Recuperado a partir de <http://www.riccap.org/iii-encuentro-riccap/>
- Simpson, M. (1981). *Comunicación Alternativa y Cambio Social. Tomo I, América Latina*. (M. Simpson, Ed.). México: Premia Editora.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar teoría fundamentada*. Antioquia, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Tauli- Corpuz, V. (2017). Informe sobre la situación de los derechos de los pueblos indígenas

en México. Relatora Especial de Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas. Recuperado a partir de http://www.prodesc.org.mx/images/pdfs/Informe-sobre-los-derechos-de-los-pueblos-indigenas-en-Mxico_COMPLETO_FINAL-2PM.pdf

Vinelli, N. (2014). *La televisión desde abajo. Historia, alternatividad y periodismo de contra-información*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Cooperativa El Río Suená / El Totopo Blindado.

El proceso es el modelo. Hacia el estudio de recepción de radios comunitarias

The process is the model. Towards the reception study of community radios

O processo é o modelo. Para o estudo de recepção de rádios comunitárias

Carlos Eduardo VALDERRAMA HIGUERA

Universidad Central de Bogotá / cvalderramah@ucentral.edu.co

Sandra Liliana OSSES RIVERA

Universidad Central de Bogotá / sossesr@ucentral.edu.co

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 113-128)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 26-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

Este artículo presenta de manera sintética la propuesta de un modelo para estudios de recepción de radios comunitarias, el cual es el resultado de un proceso de investigación colaborativa con cinco radios comunitarias de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá y Santander. Bajo el presupuesto de que es un modelo abierto y que no pretende ninguna universalidad, deja planteados algunos presupuestos teóricos y metodológicos orientadores y presenta una ruta con el fin de que otras experiencias radiofónicas comunitarias puedan adaptarla a sus propios contextos y procesos históricos de su conformación.

Palabras clave: estudios de recepción; radios comunitarias; territorios comunicativos; práctica social

Abstract

This article shows in a concise way the proposal of a model for reception studies of community radios. This is result of a collaborative research process with five community radio stations in Bogotá, Cundinamarca, Boyacá and Santander. Under the assumption that it is an open model and that it does not claim universality, the authors leaves some guiding theoretical and methodological assumptions and presents a route so that other community radio experiences can adapt it to their own history and contexts of conformation.

Keywords: reception studies; community radios; communicative territories; social practice

Resumo

Nesse artigo apresenta-se de forma breve a proposta de um modelo de estudos de recepção de rádios comunitárias, resultante de um processo de pesquisa em colaboração com cinco rádios comunitárias em Bogotá, Cundinamarca, Boyacá e Santander. Partindo da ideia de que é um modelo aberto e de que não reivindica qualquer um universalidade, colocando planteos teórico-metodológicos orientadores e que apresentam um roteiro para que outras experiências radiofônicas comunitárias possam adaptá-lo a seus próprios contextos e processos históricos.

Palavras-chave: rádios comunitárias; territórios comunicativos; prática social

1. Introducción

Los estudios de recepción en Colombia han mantenido una deuda con los denominados medios comunitarios. Si bien en los primeros años de la constitución del campo académico de la comunicación en el país -en las décadas de los sesenta y setenta y bajo la perspectiva de la llamada comunicación popular y el enfoque funcionalista de la comunicación para el desarrollo-, se prestó atención a algunas prácticas comunicativas en esta dimensión particular de la relación medios-sociedad, las agendas de investigación y de formación académica invisibilizaron los procesos de recepción y los subsumieron en el ámbito de los estudios de audiencia de los medios comerciales de comunicación.

Retomando algunos estados del arte y balances de los últimos años (Martín-Barbero & Téllez, 2006; Valderrama, Rojas & González, 2011; Bonilla, 2012; Bermejo, 2018), sorprende la escasa producción académica colombiana sobre recepción de medios comunitarios. Ello a pesar de que desde los estudios rastreados se destaca el valor estratégico en la construcción de sociedad que tienen estos medios, a la vez que se coincide en señalar que se constituyen en importantes espacios de participación y expresión de narrativas diferentes a las de los medios comerciales (Valle, 2012), que expresan proyectos y sentidos de comunidades particulares en contextos locales (Rodríguez, 2012) y que están llamados al desarrollo y la participación de la comunidad (Álvarez, 2008).

Sobre el tema específico de los estudios de recepción se encuentra una propuesta relativamente reciente que pretende subsanar el vacío mencionado. Nos referimos al manual metodológico “Analizar audiencias, construir nuestros sueños” realizado por Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Valencia, Tamayo & Rojas, 2012). Este traza como objetivo entregar herramientas para que las emisoras comunitarias puedan analizar las audiencias y ampliar su base de oyentes. Propone que la radio comunitaria se distancie de la comercial a través de incrementar el diálogo con sus oyentes, asumir a las audiencias como centro del proceso comunicativo y comprender a los medios como espacios para la configuración de ciudadanías comunicativas. Metodológicamente, la propuesta abarca dimensiones tanto cuantitativas como cualitativas y propone la producción colaborativa de productos radiales y la intervención en procesos sociales, además de las herramientas tradicionales como la encuesta, la entrevista y los grupos focales.

Aún con estos esfuerzos, en el conjunto de la producción académica e institucional se sigue asumiendo la noción de audiencia como principio estructurante de la recepción y se desconocen los procesos mismos. Se siguen pensando los medios como “herramientas”, como “escenarios” y, metodológicamente, se continúan planteando dinámicas desterritorializadas y externas a la singularidad de los procesos y contextos de los medios comunitarios.

De esta suerte, las emisoras comunitarias carecen hoy de referentes confiables sobre las prácticas de recepción, pues los estudios de las radios comerciales no dan cuenta de ellas y los inestables e inciertos reportes de audiencia a través de internet o de la llamada telefónica no son suficientes.

En lo que sigue, se propone un conjunto de presupuestos que fundamentan teórica y metodológicamente la construcción de un modelo para estudios de recepción de radios comunitarias y se muestra el proceso colaborativo de su construcción adelantado con las emisoras: Vientos Stereo 94.4 fm, Suba al Aire 88.4 fm, Amigos de Chocontá 101.3 fm, Independencia Stereo 106.6 fm y Mirador Stereo 103.2 fm. En la primera parte, como punto de referencia, mostramos los principales enfoques de los estudios de recepción en Colombia; en un segundo momento dejamos planteados en líneas generales los presupuestos teóricos que orientan el modelo de recepción y, en las dos últimas partes, presentamos la fundamentación metodológica y los componentes del modelo.

2. De los estudios de audiencia a los estudios de recepción.

Los trabajos de Fox (1981), Anzola & Cooper (1985) y Anzola (1988) realizaron una revisión crítica del desarrollo académico e institucional de la comunicación en Colombia desde los años sesenta y setenta, y encontraron tres grandes problemáticas: los efectos de los medios masivos y sus usos en programas de desarrollo, el análisis de las audiencias y “el estudio de los procesos de difusión, adopción y el papel de la comunicación en la modernización y el desarrollo rural” (Fox, 1981, p. 146).

Más allá de estas problemáticas y del hecho de que se hubieran concentrado en las áreas de salud, educación y desarrollo rural, lo importante de reseñar es que la conformación del campo de la comunicación y de los estudios de recepción en estos años estuvo enmarcado en el proyecto modernizador del país y en las políticas públicas que se produjeron para tal fin (Martín-Barbero, 1997). La academia y el Estado, bajo las perspectivas del “desarrollo” y el “progreso”, asumieron la comunicación y los medios de comunicación como una gran estrategia para adelantar el proceso modernizador y conformar un sujeto moderno que apalancara las dinámicas de urbanización, industrialización y, sobre todo, agroindustrialización y modernización del campo colombiano.

Según los autores citados, la comunicación rural se mantuvo en la década de los años setenta como eje temático prioritario y, desde el punto de vista metodológico, se privilegió la perspectiva positivista con el análisis de contenido, el análisis de los efectos de los mensajes en la audiencia, la caracterización de la difusión y los canales de comunicación en los sectores rurales así como la evaluación “del rendimiento de programas educativos emitidos a través de la radio y la televisión” (p. xviii).

Así, los trabajos de estos años también se propusieron conocer al sujeto “receptor” y la manera como éste podría transformarse desde su “condición

premoderna” a la de un sujeto moderno, es decir, a la de un sujeto racional (Valderrama, et al. 2011: 27).

A mediados de la década de los años ochenta, aquellos enfoques contruidos a partir de las teorías informacionistas y conductistas, comenzaron a ser interpelados por los estudios culturales. La pregunta por las audiencias se resituó y se comenzó a interrogar por los modos en que los públicos realizan los consumos culturales y usan socialmente los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión (Martín-Barbero & Téllez, 2006). De acuerdo con Bonilla esta ruptura se dio a partir del acento ya no en los procedimientos de modernización de las mentes y corazones de los campesinos, por la vía de la difusión, la cohesión y el consentimiento social institucionalizado, sino en los procesos complejos de vivir la modernidad en América Latina, lo que llevó a prestar una especial atención a la problemática de la cultura popular. (2012, p. 43)

Hemos señalado este contexto histórico, para resaltar el hecho de que los primeros estudios de audiencias y de recepción en Colombia y en América Latina se instalan en el corazón de los procesos de constitución de la modernidad y, un poco más tarde, en la consolidación de las industrias mediáticas.

Ahora bien, la incorporación de las dimensiones cultural e ideológica formó parte de una tendencia general en los estudios de comunicación en varios países (Corominas, 2011) y de paso fue uno de los procesos claves que permitieron deslindar los estudios de audiencias de los de recepción. De acuerdo con Bermejo (2018), en general los estudios de audiencias se interesan por cuantificar la exposición a los medios y los hábitos de consumo, estando atravesados por la necesidad que tienen los medios, especialmente los comerciales, de financiarse a través de la publicidad. Por el contrario, para el autor citado, los estudios de recepción se concentran más en los usos que hacen los públicos de los medios.

En América Latina se consolidó una perspectiva particular que deja un poco de lado el enfoque causal (la idea de los efectos de los medios) y enfatiza en las matrices y las mediaciones culturales (Martín-Barbero, 1993 [1987]) que están en la base de la interacción entre las audiencias y los medios de comunicación. Desde la perspectiva cultural y crítica, la audiencia deja de ser un objeto para convertirse en sujeto de la comunicación y la recepción. Un sujeto que, desde su lugar cultural y sus modos de interacción con los medios, produce sentidos.

Para el caso de Colombia, es de señalar que existe una paradoja en los estudios sobre medios realizados en las últimas décadas. Esta consiste en que, a la par de la apertura a temas y problemas, se presenta un reduccionismo en materia de poblaciones y de medios. En efecto, y de acuerdo con los balances realizados por Valderrama, et al. (2011) y Bonilla (2012), encontramos que se privilegian los estudios sobre los niños/niñas y jóvenes, de un lado, y sobre la televisión, del otro. Resaltamos este hecho, porque la sobrevaloración socio-académica que la investigación en comunicación le ha dado a los medios hegemónicos y dentro de ellos a la televisión, ha invisibilizado y menospreciado el papel de los medios comunitarios y en especial el de la radio comunitaria,

como si en el fondo se pensara que esos otros medios, los comunitarios, los de barrio, los locales, no aportaran a la construcción de una esfera pública (...), a la construcción de tejido social, a las pequeñas narraciones que finalmente configuran los imaginarios de lo que realmente somos. (Valderrama, et al. 2011, p. 143)

En este sentido, creemos importante volver la mirada a la comunicación comunitaria, a los procesos de producción de sentidos sobre lo comunitario y especialmente a las prácticas de recepción, como una forma de ampliar las fronteras y desanclar las prácticas académicas de los reduccionismos que mencionamos anteriormente.

3. Presupuestos orientadores del modelo¹

3.1 La recepción como práctica social.

Según el enfoque de las prácticas sociales, no existen acciones individuales aisladas que constituyan por sí mismas prácticas sociales. La práctica social es un tipo de acción y de comportamiento rutinizado (Reckwitz, 2002) que involucra un conjunto de agentes que interactúan coordinadamente entre sí y con los objetos que los rodean; implica un conjunto de acciones y prácticas discursivas que incluyen un conjunto de representaciones e imaginarios, normas, conocimientos, saberes, instrucciones, opiniones y valores éticos y estéticos (Olivé, 2005). Estas dimensiones implican, a su vez, el conocimiento del contexto en la forma de entendimiento compartido, conocimientos técnicos, estados de la emoción y conocimiento motivacional (Reckwitz, 2002).

Así, para el autor citado, el sujeto individual es el portador de una práctica (en realidad de muchas prácticas) en la cual participa con otros actores de manera rutinaria a partir de entendimientos compartidos relacionados con el comprender, el saber hacer y el desear, además de expresar patrones de comportamiento corporal que la configuran. De este modo: “una práctica es así una forma rutinaria en la que los cuerpos son movidos, los objetos son manipulados, los sujetos son tratados, las cosas son descritas y el mundo es entendido” (Traducción propia), (Reckwitz, 2002: 250).

En este sentido, leer el periódico, ver la televisión, navegar por una página web o escuchar la radio no es un acto aislado y momentáneo de un individuo desmarcado de la cultura y del tejido social. Toda acción individual de interacción con los medios de comunicación forma parte de un conjunto de acciones, lógicas, modos de hacer y de decir, formas de sentir y estar, sentidos éticos y estéticos que son de carácter colectivo, que están inscritas en la cultura y que conforman una práctica.

1 Apartes de los desarrollos siguientes se encuentran en el Informe Final del proyecto de investigación y es posible que sea publicado en medios institucionales.

Esto significa que la recepción en tanto práctica social no está centrada en el sujeto, ni reside en la interacción de este sujeto con un medio de comunicación, sino que emerge en el “entre” de las múltiples relaciones que los sujetos establecen con otros sujetos, con los artefactos, con los cuerpos y los medios que median estas relaciones, con los discursos y con los sentidos que se comparten. Los distintos componentes que constituyen la práctica social de la recepción de radio comunitaria, son la expresión de una compleja red de relaciones contextualizadas y situadas cultural y espaciotemporalmente, en el marco de las cuales emerge la dinámica tanto de la producción de sentido de lo comunitario como la práctica misma de recepción de medios comunitarios.

Vista así la recepción, podremos empezar a preguntarnos desde otro lugar por los procesos cotidianos de comunicación comunitaria, por las dinámicas culturales que entran en juego en las interacciones agentes oyentes-emisoras comunitarias, por las contradicciones que emergen en los proyectos de comunidad política y estética que se ponen de manifiesto.

3.2 La recepción en perspectiva territorial

Entender las prácticas de recepción contextualizadas cultural y espaciotemporalmente nos lleva a asumir un enfoque territorial de la recepción. En este sentido, trabajamos la idea de *territorio comunicativo* como punto de partida para contextualización. Para dar cuenta de esta noción, brevemente mostraremos las relaciones existentes entre el espacio geográfico y el territorio, de tal modo que podamos inscribir, en el marco de esa relación, el componente comunicativo.

A tono con la geografía crítica, el espacio geográfico no es entendido como un espacio contenedor de objetos o escenario de las acciones sociales, sino como un espacio social, esto es, producido por las relaciones sociales (Delgado, 2003). Relaciones sociales que implican no solo las que se dan entre los sujetos, sino también las de éstos con la naturaleza y, en general, con los llamados actores no humanos (teoría del actor red).

Este espacio así producido, es también apropiado, asumido y vivido por los agentes de esas mismas relaciones, de tal forma que deja de ser un espacio para convertirse en un territorio. En un mismo espacio geográfico existen muchos territorios y un territorio puede ocupar varios espacios geográficos. El territorio, así entendido, contiene, y a su vez está constituido, por los sentidos históricos de las prácticas sociales, cualquiera ellas sean: deportivas, artísticas, políticas, etc.; por los espacios públicos que simbolizan y significan acontecimientos del pasado y del presente; por espacios públicos que albergan acciones colectivas; por configuraciones y ordenamientos espaciales que resultan de la tensión entre lo público y lo privado; en última instancia, por toda la dinámica relacional contextualizada, situada.

Es claro, entonces, que el territorio es multidimensional en tanto los sentidos de su apropiación y las formas de su producción involucran dimensiones políticas, socioeconómicas, culturales, educativas y, por supuesto, comunicativas. Esas apropiaciones del espacio geográfico emergen de múltiples interacciones entre diversos agentes que configuran relaciones de poder que entran en disputa por el territorio. Disputas y negociaciones constituidas por flujos y reflujo comunicativos, mediáticos o no mediáticos, que además hacen que el territorio esté en movimiento.

Desde este punto de vista, las prácticas de recepción de las radios comunitarias se desarrollan territorialmente. No porque sus oyentes estén establecidos en un espacio sociogeográfico determinado, sino por los circuitos comunicativos que están en la base de las relaciones de poder que configuran la práctica social de la recepción. El territorio comunicativo habla de los tiempos y los espacios de interacción, de los juegos de poder, del diálogo que establecen los y las oyentes en función de lo local y de las maneras como en la vida cotidiana se vive, se representa y se tiene la experiencia de “eso” local.

Dice Raffestin que el “espacio se convierte en territorio de un actor desde el momento en que éste se inserta en una relación de comunicación” (2011, p. 104) y por ello podemos decir que el territorio es un espacio construido y apropiado por un actor que comunica en el marco de un sistema sémico (Raffestin, 2011), o lo que viene siendo lo mismo, en el marco de un sistema de significación compartido en la práctica social.

3.3 La recepción como red de relaciones

Como lo planteamos anteriormente, la práctica social la constituye un conjunto de red de relaciones entre agentes humanos y no humanos que ocupan diferentes lugares en la configuración y estructuración de dicha práctica. Y cuando decimos diferentes lugares nos referimos al lugar que ocupa cada actor en la producción de la práctica.

En tanto entendimiento compartido y acción rutinizada, los conocimientos de la experiencia, los sistemas valorativos, los regímenes de lo sensible y las mediaciones tecnológicas y ambientales entran en juego en la producción de la práctica de la recepción. Es algo así como un diálogo que ocurre, en diversos momentos, en diversos lugares y con diferentes mediaciones tecnológicas y ambientales, entre saberes que se interpelan, entre sensibilidades y subjetividades que se confrontan permanentemente y entre corporalidades que se cruzan espaciotemporalmente. Diálogo que finalmente viene a conformar un espacio de lucha por la producción de sentido.

La práctica de la recepción ocurre en medio de las relaciones y las interpelaciones entre los distintos actores: el o la oyente con el medio comunitario, entre éste y las instituciones, entre los mismos oyentes, entre otras personas o grupos que no necesariamente son oyentes y la emisora. Dichas

relaciones e interpelaciones objetivan a su vez múltiples mediaciones que los agentes intervinientes efectúan. Por ejemplo, la mediación que realizan las emisoras comunitarias entre las instituciones nacionales, regionales o locales del Estado y los y las oyentes; la mediación que efectúa un o una oyente entre la emisora y otro u otra oyente cuando analiza, comprende y replica un contenido radiofónico; la mediación estética, ética y política que un programador ejerce entre un universo de sentido y sus oyentes cuando diseña, produce y emite un contenido; las mediaciones que realiza la emisora entre lo local y lo global; entre otras diferentes mediaciones.

Pero como no podemos concebir las relaciones sociales por fuera de las relaciones de poder (Foucault), las prácticas de recepción son en esa medida espacios de lucha por la producción sentido. En el ecosistema comunicativo mediático se expresan y se construyen los diversos sentidos de orden que resultan de la tensión hegemonía-contrahegemonía. En la recepción intervienen fuerzas y contrafuerzas, disputa de éticas, estéticas y creencias; convergen diferentes intereses y distintos sentidos de lo comunitario; diversos sentidos de lo local-global, de lo que debe ser el orden social, de lo público, del sentido de la vida cotidiana, entre otros aspectos.

Por lo anterior, diremos que la recepción desde una perspectiva relacional es una permanente negociación de sentidos, pues no olvidemos que la comunicación, lejos de pura y simple transmisión de información, es un proceso en el cual emergen y se construyen sentidos del mundo.

3.4 La recepción como diversidad.

Para ser coherentes, tendríamos que empezar por reconocer la pluralidad y hablar entonces de prácticas de recepción. Y por ello, es necesario identificar los distintos modos de producción de diversidad en dichas prácticas.

La más obvia corresponde a las condiciones objetivas de las prácticas de recepción y de las posiciones de sujeto, es decir, las variables que tradicionalmente tienen en cuenta los estudios de audiencia: edad, género, estrato socioeconómico, entre otras.

Sin embargo, dado el carácter relacional de la recepción, esta no es otra cosa que subjetividades puestas en juego, en interacción. Aunque las acciones individuales forman parte de una práctica compartida social y culturalmente, no todas las personas sienten, viven, piensan, valoran, ni actúan de la misma manera. La edad, las creencias políticas y las religiosas o espirituales, el género, la procedencia regional, los intereses personales, entre muchas otras mediaciones, hacen que las formas de interactuar con los medios de comunicación y con los demás oyentes sean diferentes, no solo en términos de los usos y apropiaciones que se hacen de ellos, sino también en términos de los sentidos que se construyen en la interacción comunicativa con ellos.

En este sentido, la diversidad en las prácticas de recepción no está en el sujeto en sí mismo sino en aquello que resulta de las interacciones, desde su lugar de agencia, con los demás sujetos y con las radios comunitarias mismas. Y estas últimas son, desde luego, fuente de diversidad.

Por eso, y aunque parezca obvio, las prácticas de recepción son heterogéneas porque desde los propios proyectos de comunicación comunitaria así se define. Es en los modos de producir, en la variedad y diversidad de la programación, en las maneras de relacionarse con los oyentes y con los agentes e instituciones locales, como la radio comunitaria crea oyentes diversos y prácticas de recepción también diversas. Dice acertadamente Villamayor (2014) que la radio comunitaria generó en América Latina una de las experiencias más ricas en la conformación de comunidades culturales diversas y de generación de identidades plurales en comunicación.

La diversidad de la recepción en cuanto práctica social, es también producto de la historia del medio comunitario y se inscribe en las prácticas y los sentidos de la cultura. Esto quiere decir que la emisora forja sus propios públicos y a las diversas maneras como estos se apropian y usan los contenidos. Las historias de los medios y el devenir de los contextos crean diversidad en las prácticas de recepción, no solo en el interior de cada experiencia de comunicación comunitaria, sino también en el panorama de la radio comunitaria del país.

Para finalizar este tercer apartado, solamente diremos que desde estas cuatro grandes intuiciones teóricas -que nacieron de las dinámicas del grupo de investigación, de la revisión teórica de viejos y nuevos autores y se nutrieron significativamente en el diálogo con las experiencias que participaron en el proyecto-, se fue perfilando un esquema para construir una nueva manera de entender las prácticas de recepción de las radios comunitarias y que, como veremos más adelante, están en la base del modelo para el estudio de la recepción que proponemos.

4. La concreción de la propuesta: El proceso es el modelo

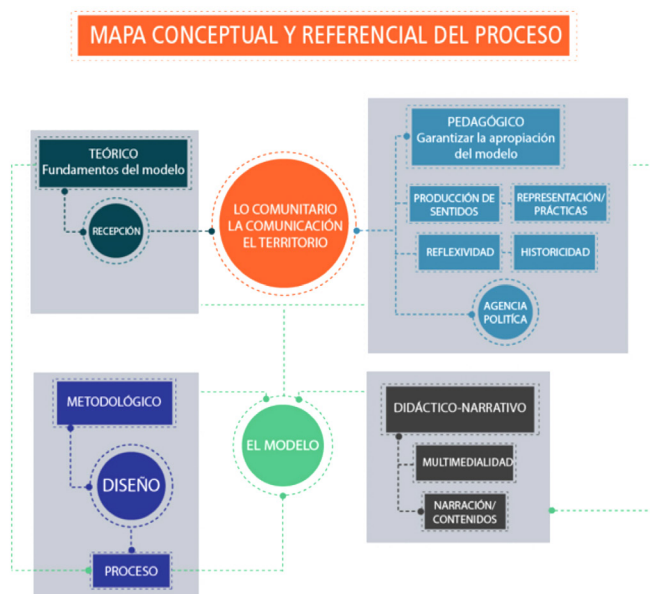
La propuesta epistemológica adoptada en este proyecto pone en diálogo elementos de las teorías de la complejidad (Rolando García), elementos provenientes de teorías de la auto-organización y ligadas al desarrollo y el diseño (Maturana, Varela y Escobar) y perspectivas vinculadas a epistemologías disruptivas, así como metodologías participativas y encarnadas (Fals, Zemelman, Freire, Villasante) y esta apuesta de sentido se concreta en la premisa: *el proceso es el modelo*. Es decir, la construcción del proceso que se desarrolla en el corazón del diálogo de saberes, la reflexividad y las prácticas cotidianas configura el modelo y no al revés, como suele pensarse tradicionalmente la idea de modelo como marco estático y predecible de la acción. Esto implica pensar en la posibilidad de diseñar uno que dé cuenta de totalidades organizadas, sin renunciar a las particularidades y las emergencias. Se trata de una concepción

compleja del modelo que nos desafía a proponer un diseño que permita la generatividad y la adaptabilidad para dar cuenta de procesos que abran caminos hacia la construcción integral y colaborativa y por ende hacia la autonomía, tomando distancia (sin negarlo) del pensamiento racional moderno basado en el dualismo ontológico. En este sentido, Escobar afirma que:

...tanto la actividad reveladora como el hacer frente a las rupturas implican ir más allá de la idea comúnmente aceptada de que el mundo funciona en términos de representaciones mentales individuales de un 'problema'; en cambio, avanzan hacia una perspectiva de interacciones sociales modeladas y contextualizadas — es decir, una perspectiva que destaca nuestra participación activa en ámbitos de interés común (...) Esto resuena con una filosofía del diseño que enfatiza prácticas de investigación de diseño comprometido, experimentales y abiertas, incluyendo la creación de prototipos y la construcción de escenarios con esta característica” (2016: 131)

Desde esta comprensión, la propuesta de construir un modelo que favorezca la replicabilidad y la sostenibilidad de la recepción en las radios comunitarias no riñe con la idea de autonomía, generatividad y adaptabilidad que sugiere la apuesta epistemológica del proyecto, en tanto se concreta en la idea de que la recepción es una práctica social, tal como se ha visto en páginas anteriores.

La siguiente gráfica muestra el mapa referencial que explica la forma en que fue construido el modelo desde el proceso y en coherencia con la apuesta epistemológica:



Como se puede ver, el mapa incorpora cuatro componentes entre los que existen relaciones de interconexión profunda marcadas por la producción de sentido de lo comunitario en su relación con la comunicación y el territorio.

El componente teórico fundamenta la construcción del modelo de recepción y se desarrolló ampliamente en la primera parte de este artículo.

En cuanto al metodológico, éste se orienta desde una perspectiva epistémica, tal como la concibe Zemelman (2004). Para este autor, a diferencia del pensamiento teórico que trae desde el exterior de los procesos unas categorías para pensar instrumentalmente sus realidades, el pensamiento epistémico está centrado en la problematización y la puesta en relación de categorías teóricas y técnicas de investigación que se construyen desde el problema, desde sus contextos y desde sus matrices de sentido.

Así, el proyecto se planteó a partir de una perspectiva cualitativa centrada en la relación sujeto-sujeto y organizada en torno al diálogo de saberes como lugar de la producción de conocimiento. Se retomaron experiencias metodológicas de la educación popular y comunicación participativa que, junto con técnicas provenientes del repertorio etnográfico como la observación y la entrevista, permitieron diseñar una estrategia con un enfoque participativo o implicativo (Villasante, 2006) para lograr procesos de co-investigación con los sujetos de la investigación.

Con el uso de dispositivos como la representación gráfica, los mapas, las lecturas colectivas, los simulacros radiales, entre otros, nos acercamos colaborativamente a la recepción, es decir, a la indagación por las prácticas de los sujetos oyentes, a los sentidos que se le otorgan a los medios comunitarios en perspectiva territorial, así como a la interacción de éstos/as oyentes con los sujetos-productores y con aquellos otros agentes que constituyen la comunidad que rodea las emisoras (artistas, ex-programadores, locutores/as, líderes comunitarios, ONG, funcionarios locales, entre otros).

Sobre estas precisiones, se puede afirmar que el modelo propuesto no constituye un repertorio de construcciones fijas repetibles de manera idéntica, sino una estructura de acción que parte de la reflexividad y se sitúa en el movimiento mismo de la vida cotidiana. Esta relación, propone una comprensión del movimiento como saber, de la acción como conocimiento (enacción), de las relaciones como diálogo que produce realidades situadas.

Consecuentemente, lograr este diseño particular del modelo concebido como proceso, implica incorporar de forma integral una perspectiva pedagógica, que garantice su replicabilidad, adaptación y escalabilidad. Como ya se ha mencionado, esta perspectiva se incorpora desde la concepción misma de diálogo de saberes y se orienta desde la idea de la praxis, comprendida tal como lo propone Freire, como la puesta en diálogo de acción y reflexión. En estas coordenadas, se concibe la pedagogía como una relación y como un constante movimiento que vincula a los sujetos en el proceso de construcción de conocimiento de las prácticas de recepción. Para poner en juego esta apuesta en

el funcionamiento del modelo, se diseñó una estructura no lineal que favorece el proceso a partir de una representación de la relación pedagógica como un espiral. En dicha propuesta, el estudio de recepción plantea un movimiento que articula conocimiento y experiencia en la mediación dialógica y facilita la traducción del proceso en una cartilla que mostrando el proceso formula el modelo.

Aún queda por explicar un componente, que hemos denominado didáctico-narrativo. Se propone este binomio con la idea de cristalizar el modelo en un lenguaje apropiado (en el sentido de apropiación) y comunicable, usando como soporte de circulación la multimedialidad. Así, para su desarrollo se creó una cartilla multimedia que funciona como una partitura dinámica que despliega el componente didáctico-narrativo marcando el ritmo para organizar la acción colectiva que permite ejecutar y afinar el estudio de recepción, que no es otra cosa que un proceso de investigación y producción de conocimiento anclado en lo territorial y dinamizado en lógicas relacionales y diversas.

6. Conclusiones

La cercanía de la producción de este artículo con la finalización del proceso de investigación-acción deja, seguramente, algunos elementos por profundizar y abre vetas para nuevos estudios y formulaciones teórico-epistemológicas en los estudios de recepción de radios comunitarias. Así, lo que proponemos a manera de conclusiones es más un conjunto de pistas, preguntas y aperturas que pretenden invitar a la comunidad académica, a los mismos radialistas y a sectores interesados, a dialogar con esta propuesta de modelo de recepción.

En primer lugar, se enfatiza en la idea de que el proceso es el modelo, lo cual implica que este aparente final del recorrido, bien puede constituirse en un nuevo punto de partida. Ello en razón a que el proceso de estudio de recepción es un movimiento continuo porque la producción de sentidos sobre lo comunitario y las dinámicas de los proyectos comunicativos de las emisoras siempre están en movimiento, configurando y reconfigurando la recepción.

Desde el punto de vista pragmático, la perspectiva reflexiva que orientó el proceso permitió desmitificar los estudios de medición de audiencias, en al menos dos sentidos: Por una parte, que los estudios de audiencias no son la medida absoluta de los procesos de recepción ni son la base para la sostenibilidad de las emisoras; entender la recepción como una práctica social develó que existen muchas otras caras de la recepción cuyo abordaje solo es posible a través de estrategias dialógicas y participativas del conjunto de agentes involucrados en el proceso. Por otra parte, se evidenció que trabajar sobre el hecho de que las prácticas sociales de recepción se configuran a partir de las interacciones entre los diversos agentes; que involucran entendimientos compartidos alrededor de la producción de sentidos sobre lo comunitario, lo público-político, lo local, entre otros asuntos; y que emergen desde los procesos y los contextos históricos de las

propias emisoras, llevó a entender que su comprensión no puede reducirse a los clásicos estudios de audiencia. Ni la conceptualización, ni las metodologías de los estudios de recepción pueden, entonces, configurarse bajo los mismos raceros de los estudios de las radios comerciales.

En términos metodológicos, se logró la puesta en escena de formas de diálogo y reflexividad que son aportes vitales en la construcción de conocimiento situado, más cuando se trata de procesos sociales y comunitarios. En particular, una de las novedades que se propusieron en el estudio fue la generación de lo que denominamos *Instrumentos Anclados*, para referirnos a algunos instrumentos de producción de información, diseñados de tal forma que emergen desde el propio corazón de la emisora comunitaria y no como algo externo, propio de especialistas o ajeno a su diario transcurrir. En este aspecto se avanzó en una propuesta de diferentes tipos de anclaje de los instrumentos: un anclaje territorial que involucra la espacialidad de los agentes, de las relaciones comunicativas y de los flujos de información; un anclaje a las prácticas comunicativas de la emisora, es decir que los instrumentos emergen de las formas de significación y resignificación del ejercicio radiofónico y, a su vez, se apoyan en éste para su implementación o aplicación; un anclaje en las prácticas de gestión comunicativa, las cuales van desde las prácticas de producción de los programas radiales, pasando por el diseño de las parrillas de programación y realización de actividades culturales, hasta la gestión administrativa y financiera; y un anclaje en los objetivos mismos del proyecto comunicativo, político y ético de la emisora, en cuanto cada proyecto crea su propio público, genera usos y consumos particulares y agencia diferentes modos de sensibilidad radiofónica. Desde el componente metodológico quedan abiertos algunos retos importantes, especialmente con darle continuidad a los procesos de validación de formas relativamente novedosas de técnicas de producción de información, como por ejemplo la creación de semilleros, elaboración de directorios digitales de los/as oyentes dinamizados a través de las redes sociales de internet, organización de eventos socioculturales, entre otros.

En cuanto a la caracterización de las experiencias que participaron en el proceso, se reconoció la increíble heterogeneidad de estos medios, especialmente desde sus prácticas comunicativas y de gestión que delimitan en gran medida las dimensiones de la recepción. Además, se evidenció la pluralidad no solo entre las emisoras sino dentro de ellas mismas. Apuestas por la evangelización, por la formación crítica de los y las oyentes, por la educación cultural, por el agenciamiento político o la prestación de servicio y asistencia a la comunidad, son, entre muchos, sentidos del proyecto comunicativo que circulan en las experiencias participantes en la investigación. Vale la pena señalar que, en medio de esta diversidad, también se reconocieron afinidades y preocupaciones comunes. Quizá la más importante sea la del ámbito de la sostenibilidad de los proyectos. Por una parte, la normatividad y la política pública, así como ciertas dinámicas sociodemográficas y socioculturales

que transforman permanentemente las prácticas de recepción, les plantean retos comunes en términos de construcción comunicativa de lo comunitario; pero por otra, el mercado y la competencia con las emisoras comerciales, les plantea dificultades en materia de sostenibilidad financiera, incluso a aquellas insertas en estructuras institucionales más robustas económicamente. En ese sentido, se puede afirmar que, si bien un estudio de recepción no soluciona los problemas identificados por los radialistas como fórmula única de solución, si pueden aportar elementos fundamentales en la reconfiguración de sus proyectos comunicativos en relación con la dinámica de los territorios leídos como potencial de transformación. Estos aspectos refuerzan la idea del equipo de investigación de avanzar sobre la producción de sentido sobre lo comunitario en estos medios como una punta de lanza que es clave en la investigación en comunicación, particularmente en América Latina.

Para finalizar, es importante insistir en que este cúmulo de conocimientos sobre una forma diferente de estudiar la recepción en radios comunitarias tiene el objetivo principal de apalancar una transformación informada, una toma de decisiones orientada desde la reflexividad y las prácticas comunicativas de las emisoras, que toman forma en su proyecto comunicativo anclado en el territorio, para marcar distancia con los giros que suelen darse desde la inercia, la construcción de líneas de poder individual o incluso, desde imaginarios falsos o idealizados del sentido de lo comunitario en los medios. De acuerdo con la propuesta planteada en este proceso como modelo, los cambios pueden ser producto de un trabajo riguroso, pero sobre todo de carácter colectivo y participativo. Valores éstos que sin duda están en la base de la producción del sentido de la comunidad y lo comunitario en el corazón de la radio comunitaria.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, M. (2008). El desafío de las radios comunitarias. *Anagramas, Volumen 6, N° 12*, 61-77.
- Anzola, P. & Cooper, P. (1985). *La investigación en comunicación social en Colombia*. Bogotá: Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo y Asociación Colombiana de Investigadores de la Comunicación Social.
- Anzola, P. (1988). *Hacia un diagnóstico de la comunicación social en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones, Departamento Nacional de Planeación y UNICEF.
- Bermejo-Berros, J. (2018). Una propuesta de metodología multidimensional en los estudios de audiencia y recepción. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 127-149. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4998>
- Bonilla, J. (2012). ¿De dónde vienen las audiencias? Itinerarios de la investigación sobre recepción-audiencias en Colombia. En Jorge Iván Bonilla y otros, *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*. Cali: Pontificia Universidad Javeriana -Cali-, Universidad de Los Andes y Universidad EAFIT.

- Corominas, M. (2011). *Los estudios de recepción*. Portal de la Comunicación InCom-UAB. Tomado de http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=4 ISSN 2014-0576.
- Delgado, O. (2003), *Debates sobre el espacio en la geografía contemporánea*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Fox, E. (1981). Estado y perspectivas de la comunicación en Colombia. En: Memorias de la semana internacional de la comunicación, 18 a 22 de agosto de 1980. *Serie Cuadernos*, # 29. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Martín-Barbero, J. (1993 [1987]). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. 3ª Ed. México: Ediciones G.Gilli
- Martín-Barbero, J. (1997). *La investigación de comunicación en Colombia: Balance y perspectiva*. Bogotá: Colciencias. Documento impreso.
- Martín-Barbero, J. & Téllez, P. (2006). Los estudios de recepción y consumo en Colombia. *Diálogos de la Comunicación* # 73, 57-69.
- Olivé, L. (2005). La cultura científica y tecnológica en el tránsito a la sociedad del conocimiento. *Revista de la Educación Superior*, XXXVI (4), 136, oct.-dic., 49-63.
- Raffestin, C. (2011 [1980]). Por una geografía del poder. El Colegio de Michoacán.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a Theory of Social Practices. A Development in Culturalist Theorizing. *European Journal of Social Theory* 5(2): 243–263.
- Rodríguez, C. (2012). Lo Comunitario en la Radio Comunitaria: Análisis Crítico del Discurso en el Lenguaje Informativo utilizado por Emisoras Comunitarias (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Valle, M. (2012), Medios Alternativos de Medellín (2). *Revista Luciérnaga*. Año 4, Edición 8. 2012, 51- 57
- Valderrama, C., Rojas, S. & González, V. (2011). *Medios de comunicación en Colombia. Treinta años de Investigación y reflexión*. Bogotá: Universidad Central.
- Villamayor, C. (2014). Las radios comunitarias, gestoras de procesos comunicacionales. Buenos Aires 2011-2014. *Revista Mediaciones* #12, 88-105.
- Villasante, T. (2006). "La sociopraxis: un acoplamiento de metodologías implicativas". En: M. Canales (Editor), *Metodologías de Investigación Social. Introducción a los oficios*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Zemelman, H. (2004) "Pensar teórico y pensar epistémico. Los desafíos de la historicidad del conocimiento social". En: Sánchez, I. & Sosa, R. (Coords.), *América Latina: Los desafíos del pensamiento crítico*. México D.F.: CELA-UNAM, Sigo XXI.

Rádios comunitárias no Brasil: entre a clandestinidade e a relevância social

*Community radios in Brazil: between clandestinity and social
relevance*

*Rádios comunitarias en Brasil: entre la clandestinidad y la relevancia
social*

Eliene SANTOS

Universidade Federal de Ouro Preto / eliene.comunica@gmail.com

Nair PRATA

Universidade Federal de Ouro Preto / airprata@uol.com.br

Rafael MEDEIROS

Universidade Federal de Ouro Preto / rfmedeiros13@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 129-146)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 27-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

As primeiras rádios comunitárias surgiram no Brasil na década de 1980 como uma vertente de diversos movimentos de transmissões radiofônicas ilegais que aconteceram a partir dos anos 1970 sob inspiração das chamadas rádios piratas europeias. Embora já inseridas na legislação específica para os serviços de radiodifusão, ainda existem muitas rádios funcionando ilegalmente no país. Este trabalho verifica o panorama atual do rádio comunitário no Brasil evidenciando seu surgimento clandestino e buscando suas especificidades através do estudo de caso de uma rádio com características de emissora comunitária que funciona clandestinamente há quase duas décadas no interior do país.

Palavras chave: rádios comunitárias; rádios ilegais; relevância social; estudo de caso

Abstract

The first community radios began to emerge in Brazil in the 1980s as a part of the illegal radio broadcasts that occur from the 1970s under the inspiration of the so-called European pirate radios. You are already included in the legislation for broadcasting services; in addition, there are many radios in activity illegally in the country. The work verifies the current panorama of the radio in Brazil evidencing its clandestine appearance and its specificities through the case study of a radio with characteristics of emission that operated clandestinely for almost two decades in the interior of the country.

Keywords: community radios; illegal radios; social relevance; case study

Resumen

Las primeras radios comunitarias surgieron en Brasil en la década de 1980 como una vertiente de diversos movimientos de transmisiones radiofónicas ilegales que ocurrieron a partir de los años 1970 bajo la inspiración de las llamadas radios piratas europeas. Aunque ya están incluidas en la legislación específica para los servicios de radiodifusión, todavía existen muchas radios que funcionan ilegalmente en el país. Este trabajo verifica el panorama actual de la radio comunitaria en Brasil evidenciando su surgimiento clandestino y buscando sus especificidades a través del estudio de caso de una radio con características de emisora comunitaria que funciona clandestinamente hace casi dos décadas en el interior del país.

Palabras-clave: radios comunitarias; radios ilegales; relevancia social; estudio de caso

1. Introdução

Como um meio em constante transformação, o rádio se apresenta em diferentes formatos, com emissoras de variegadas configurações e objetivos. A radiodifusão no Brasil foi inaugurada no início do século XX com características educativas, com emissoras que objetivavam contribuir para o desenvolvimento cultural e formativo do país. O rádio se desenvolveu aos poucos, as emissoras cresceram, muitas delas abandonaram os objetivos iniciais e fizeram do meio um negócio lucrativo.

A partir da popularização do meio e do aparecimento de novas rádios foi necessário o controle específico dos serviços de radiodifusão. As primeiras legislações que versavam sobre o tema datam ainda da década de 1920, ainda na fase amadora do rádio brasileiro. Na década de 1930 foram editados os primeiros decretos que tratavam a radiodifusão como atividade profissional, permitindo o uso comercial do meio e regulamentando a publicidade.

Embora muitas emissoras já tenham surgido com base na legislação específica, outras rádios apareceram à margem do controle estatal e, rapidamente, foram alcunhadas depreciativamente como “piratas”. Seguindo um movimento mundial de rádios clandestinas, as rádios livres começaram a se formar no Brasil na década de 1970 e, desse movimento, surgiram as emissoras comunitárias no começo dos anos 1980.

Durante cerca de 20 anos as rádios comunitárias funcionaram de maneira ilegal no Brasil, não sendo amparadas ou controladas por nenhuma legislação específica. Apenas em 1997 passou a vigorar a lei que instituiu oficialmente o serviço de radiodifusão comunitária. Desde então, quase cinco mil emissoras receberam outorga de rádio comunitária, sendo autorizadas a veicular seus conteúdos através de transmissores de baixa potência para um público restrito às comunidades onde estão inseridas.

Seja por meio da linguagem utilizada, da proximidade com a população, dos assuntos abordados, do uso de expressões e sotaques próprios da comunidade, essas emissoras conseguem atender aos interesses e necessidades da audiência.

Este trabalho apresenta um panorama atual das rádios comunitárias no Brasil, apontando para o seu surgimento clandestino e busca as especificidades dessas emissoras irregulares a partir de estudo de caso baseado na Rádio Paraíso, emissora com características de rádio comunitária e que funciona há 17 anos, sem autorização, no interior de Minas Gerais. Os métodos utilizados para a investigação se baseiam em escuta sistematizada da programação da emissora, visitas à sua sede e entrevista semiestruturada com o idealizador da rádio.

2. O surgimento das rádios comunitárias no Brasil

As rádios comunitárias surgiram no Brasil como uma vertente de diversos movimentos de transmissões radiofônicas ilegais que aconteceram a partir

da década de 1970 sob inspiração das chamadas rádios piratas europeias. Esses movimentos se articularam nomeadamente como rádios livres, rádios comunitárias ou rádios piratas a depender de suas especificidades de alcance, programação e objetivos.

Embora hoje o nome seja usado para se referir a qualquer tipo de rádio ilegal, as rádios piratas tiveram início na Grã-Bretanha do final dos anos 1950 “quando vários barcos equipados com transmissores navegavam pelos mares apontando suas antenas para terras inglesas” (Sousa, 1997: 20), por isso a nomenclatura “piratas”. No Brasil, as emissoras piratas também foram criadas com o objetivo de obter lucro através da exploração comercial do rádio. É essa a principal diferença das piratas para as comunitárias e livres: enquanto as primeiras “vêm o rádio como um negócio lucrativo e, em termos de programação, não apresentam nada de novo em relação à programação das rádios oficiais” (*ibid.*), as rádios livres têm caráter ideológico, libertário, auto gestor e objetivam contestar o monopólio dos modelos de programação das rádios oficiais.

A primeira rádio livre do Brasil foi criada por jovens da Vila Nossa Senhora de Fátima, região periférica da cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais, no ano de 1981. Chamada de Rádio Favela, a emissora surgiu da “necessidade dessas pessoas possuírem um veículo de comunicação adequado à sua cultura, ao seu cotidiano” (Andriotti, 2004: 20), sendo uma alternativa às rádios que não representavam a realidade de uma comunidade localizada distante das áreas centrais da cidade. Hoje a Rádio Favela, autorizada a funcionar legalmente como emissora educativa, se apresenta como rádio comunitária e opera com transmissor de baixa frequência.

As características e os objetivos das rádios livres se assemelham muito aos das comunitárias, uma vez que essas “nascem a partir da organização das rádios livres como movimento e da disseminação destas entre as classes populares, que passam a fazer uso do rádio como veículo de entretenimento e organização social” (Sousa, 1997, p. 21). Desde o começo foram claros os objetivos de democratizar a comunicação e informar uma população invisibilizada pelos meios tradicionais sobre temas próximos de sua realidade. Entre outras definições entendidas nos trabalhos específicos sobre a área, o presente artigo recorre à Cicilia Peruzzo (2010) para destacar a mídia comunitária como “aquela gerada no contexto de um processo de mobilização e organização social dos segmentos excluídos (e seus aliados) da população com a finalidade de contribuir para a conscientização e organização de segmentos subalternos da população visando superar as desigualdades e instaurar mais justiça social” (Peruzzo, 2010, p. 8-9), além de buscar o desenvolvimento das comunidades, não visar lucro, ter alcance limitado, ter conteúdo produzido por setores da comunidade.

A legislação brasileira para radiodifusão data da década de 1960 e não acompanha de forma efetiva as variegadas mudanças ocorridas no setor. A existência das rádios comunitárias por tantos anos como irregulares é uma demonstração da morosidade da legislação no que concerne às telecomunicações.

Apenas em 1998 foi promulgada lei específica sobre os serviços de radiodifusão comunitária: a Lei 9.612, que instituiu o serviço de radiodifusão comunitária no Brasil, surgiu da disseminação das emissoras clandestinas e da dificuldade de controle e fiscalização dessas rádios ilegais, sobretudo em zonas periféricas.

Embora imponha uma série de medidas de adaptação, a legislação teve como base o modo de funcionamento das rádios já existentes e evidencia, entre outras funções, que as emissoras comunitárias devem ter por finalidade

I - Dar oportunidade à difusão de ideias, elementos de cultura, tradições e hábitos sociais da comunidade; II - Oferecer mecanismos à formação e integração da comunidade, estimulando o lazer, a cultura e o convívio social; III - Prestar serviços de utilidade pública, integrando-se aos serviços de defesa civil, sempre que necessário (BRASIL, 1998).

Assim as dinâmicas de proximidade no rádio comunitário são costuradas por componentes sociais e identitários. Nesse sentido, Peruzzo (2005, p.78) destaca que “a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade”. Enquanto parte da comunidade, essas rádios reconhecem as singularidades locais e associam sua linguagem com as especificidades cotidianas da população. É dessa forma que elas criam vínculos que vão além da associação dialógica emissora-ouvinte e têm “a possibilidade de mostrar, melhor que qualquer outro [meio de comunicação], a vida em determinadas regiões, municípios, cidades, vilas, bairros, zonas rurais, comunidades, etc” (Santos, 2010, p. 5).

Outra determinação da legislação explícita que a zona de alcance das rádios comunitárias não deverá ultrapassar o bairro ou a vila onde está instalada a emissora que, assim, poderá funcionar apenas com transmissores de baixa potência (até 25 watts) e altura máxima do sistema irradiante de trinta metros. Além disso, a licença para Serviço de Radiodifusão Comunitária é outorgada exclusivamente a fundações e associações comunitárias sem fins lucrativos.

3. O panorama atual da radiodifusão comunitária no Brasil

Desde as primeiras outorgas concedidas especificamente para rádios comunitárias a partir de 1999, o número de emissoras desse tipo cresceu exponencialmente na primeira década da legislação vigente, continuando em crescimento linear atualmente. O gráfico a seguir (Gráfico 1) mostra ano a ano a quantidade de rádios comunitárias existentes no Brasil e possibilita inferir que eram muitas as emissoras que funcionavam sem autorização antes da promulgação da lei, já que nos três primeiros anos de vigência da legislação foram certificadas novecentas e oitenta rádios comunitárias em todo o país.

Gráfico 1 – Variação do número de emissoras comunitárias no Brasil (1999 – 2017)

Fonte: Elaborado pelos autores com dados da Agência Nacional de Telecomunicações (2018)

Atualmente, as rádios comunitárias representam 51% do escopo da radiodifusão sonora brasileira. O infográfico a seguir (Figura 1) permite visualizar os dados do Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC) quanto à divisão das 10.942 estações autorizadas entre comunitárias, comerciais e públicas ou educativas.

Figura 1 – Emissoras de rádio no Brasil segundo o tipo

Fonte: Adaptado de Bertolotto e Gerab (2018).

Esse protagonismo das emissoras comunitárias se dá pelas ações governamentais para expandir esse tipo de rádio em pequenas cidades do país. Como funcionam com transmissores de baixa potência e normalmente têm na produção dos programas a participação da comunidade constituída, os custos

de operação das rádios comunitárias são menores que os de emissoras de potência superior.

Desde 2011 o Governo Federal tem lançado editais específicos para rádios comunitárias dentro do Plano Nacional de Outorgas¹ da radiodifusão. O documento atual, que planeja a distribuição de outorgas entre 2018 e 2019, prevê o funcionamento de 697 novas rádios comunitárias abrangendo 340 municípios que ainda não possuem nenhuma emissora desse tipo em operação. O MCTIC espera que “ao final dos procedimentos de seleção, 77,61% dos municípios do país tenham pelo menos uma emissora de radiodifusão comunitária, o que representará um incremento de 6,1% em relação à cobertura atual” (Brasil, 2018). O quadro a seguir dispõe a relação atual de outorgas de radiodifusão comunitária por municípios em cada região do Brasil:

Quadro 1 – Quantidade de outorgas de rádio comunitária por região do Brasil

Região	Número total de municípios	Municípios com emissora comunitária	Em relação aos municípios da região	Em relação aos municípios do país
Centro-Oeste	467	348	74,51%	6,24%
Sudeste	1668	1251	75%	22,45%
Nordeste	1794	1238	69%	22,22%
Norte	450	297	66%	5,33%
Sul	1191	849	71,28%	15,42%
Total	5570	3983	-	71,6%

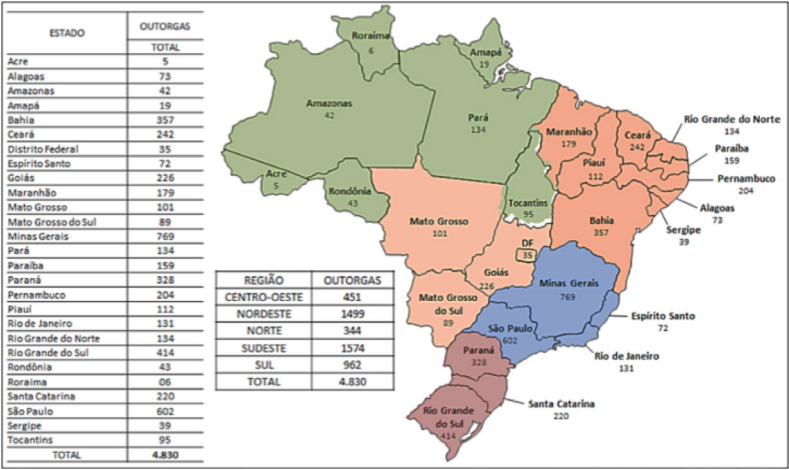
Fonte: Adaptado de Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (2018).

Esses dados mostram a importância das rádios comunitárias para um país continental como o Brasil, com múltiplas características, identidades heterogêneas, regiões afastadas por milhares de quilômetros e desigualdades sociais que afetam modos de consumo – também midiáticos. As regiões que historicamente apresentam piores indicadores sociais no país – Norte e Nordeste – são as que proporcionalmente têm menos municípios com rádios comunitárias oficializadas. O mapa a seguir (Figura 2) apresenta o panorama atual das outorgas de serviço de radiodifusão comunitária em todos os estados brasileiros, demonstrando a concentração de emissoras nos estados de Minas Gerais², São Paulo, Rio Grande do Sul, Bahia e Paraná.

1 “Os Planos Nacionais de Outorga (PNO’s) são documentos que apresentam para a sociedade, de forma objetiva, todas as localidades que serão contempladas com a oportunidade de novas outorgas em cada um dos serviços de Radiodifusão” (MCTIC, 2018).

2 O estado de Minas Gerais concentra o maior número absoluto de rádios comunitárias por ser o estado brasileiro com mais municípios: 853. Na sua capital, Belo Horizonte, surgiu aquela que pode ser considerada a primeira rádio comunitária do Brasil, a Rádio Favela, em 1981.

Figura 2 – Distribuição de outorgas de rádios comunitárias por estado brasileiro



Fonte: Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (2018).

Como será discutido adiante, as emissoras comunitárias têm a possibilidade de prestar um importante serviço para a população em seu entorno. Enquanto incluídas na comunidade, têm condições de informar melhor que qualquer outro meio sobre os acontecimentos relevantes para aqueles sujeitos, podem ser representativas ao executar programações musicais próximas do que as pessoas do lugar ouvem ou até mesmo utilizando sotaques, gírias e expressões próprias durante as locuções. Além disso, essas emissoras têm o compromisso de dar visibilidade aos serviços de utilidade pública e de estimular o lazer e a cultura local. Dessa forma é possível inferir a importância das rádios comunitárias em áreas isoladas e em lugares com pouco acesso a fontes de informação.

O Plano Nacional de Outorgas vigente pretende que, até o fim do ano de 2019, todas as regiões do Brasil tenham pelo menos 70% dos seus municípios abrangidos por rádios comunitárias, como mostra o quadro a seguir.

Quadro 2 – Distribuição de outorgas de rádio comunitário PNO 2018/2019			
Região	Municípios contemplados no PNO	Estimativa de municípios com emissora após o PNO	Em relação ao total de municípios da região após o PNO
Centro-Oeste	63	342	81,79%
Sudeste	202	1340	80,33%
Nordeste	209	1338	74,58%
Norte	46	322	71,55%
Sul	177	941	79%
Total	697	4323	-

Fonte: Adaptado de Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (2018).

A estimativa é que 4.323 dos 5.570 municípios brasileiros tenham pelo menos uma emissora comunitária após o PNO, o que potencialmente representa importante ganho na democratização da radiodifusão sonora brasileira no que diz respeito à função social do meio.

Ainda que os avanços no sentido de oficializar as rádios comunitárias possam ser vistos através dos dados apresentados anteriormente, ainda existem emissoras do tipo funcionando clandestinamente. Isso se dá, sobretudo, pela burocracia para concessão de outorgas, pelos custos do cotidiano de produção e veiculação e pelas exigências legais de constituição associativa. Há ainda certa romantização das rádios clandestinas com base nos ideais das primeiras rádios livres brasileiras que surgiram no período de transição do regime ditatorial militar para a redemocratização lutando “pela abertura de canais não estatais e não comerciais privados, [...] pela quebra do monopólio simbólico do regime militar e do efetivo monopólio privado [e] por um modelo de comunicação de massa não ‘massificante’” (Andriotti, 2004: 68).

Não há qualquer estimativa da quantidade de emissoras de rádio funcionando ilegalmente no Brasil, porém, segundo dados da Anatel, em 2017 foram feitas 1.800 ações de fiscalização específicas para averiguar usos irregulares do espectro³ ou a prestação de serviços de radiodifusão e de telecomunicações sem outorga. Como resultados dessas ações, 219 estações que funcionavam sem autorização tiveram suas transmissões interrompidas, sendo que 74 dessas tinham características técnicas sabidamente de rádio comunitário, usando transmissores com menos de 25 watts de potência e outras 61 não tiveram potência registrada.

O quadro a seguir (Quadro 3) esmiúça esses dados, corroborando para a constatação que o número de emissoras clandestinas ainda é alto no país e que há a possibilidade de expandir o serviço de radiodifusão comunitária nas áreas menos abrangidas pelo espectro, já que quase 40% das emissoras ilegais que tiveram as transmissões interrompidas estavam localizadas nas regiões Norte e Nordeste. Outro número que chama atenção é o de estações interrompidas em Minas Gerais, ratificando que o estado potencialmente concentra ainda boa parte das emissoras ilegais em funcionamento no Brasil.

3 Usos irregulares do espectro são constatados quando determinada emissora transmite além da potência outorgada ou não respeita o limite protegido, gerando interferências em outras rádios e em serviços de radiofrequência, como a comunicação aeroportuária.

Quadro 3 - Estações de rádio clandestinas interrompidas em 2017 no Brasil

Estados	Emissoras com menos de 25 watts	Emissoras com mais de 25 watts	Emissoras sem registro de potência	Total
São Paulo	4	10	6	20
Rio de Janeiro e Espírito Santo	4	8	3	15
Paraná e Santa Catarina	9	2	0	11
Minas Gerais	23	32	3	58
Rio Grande do Sul	4	1	8	13
Pernambuco, Alagoas e Paraíba	3	1	3	7
Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Tocantins	8	7	4	19
Bahia e Sergipe	3	1	16	20
Ceará, Rio Grande do Norte e Piauí	5	8	1	14
Pará, Maranhão e Amapá	7	12	6	25
Amazonas, Rondônia, Acre e Roraima	4	1	10	15
Distrito Federal	0	1	1	2
Total	74	84	61	219

Fonte: Adaptado de Agência Nacional de Telecomunicações (2018).

Quando a fiscalização da Anatel constata a existência de emissora que faz uso irregular do espectro ou funciona sem autorização, imediatamente os aparelhos são apreendidos e os responsáveis por manter as atividades ilegais respondem por crime previsto na chamada Lei Geral das Telecomunicações. Essa legislação, sancionada em 1997, define como clandestina “a atividade desenvolvida sem a competente concessão, permissão ou autorização de serviço, de uso de radiofrequência e de exploração de satélite” (Brasil, 1997) e prevê pena de até seis anos de prisão e multa de dez mil reais para os infratores.

Embora tenham sido intensificadas nos últimos anos, as ações de fiscalização ainda apresentam algumas fragilidades por serem, em grande parte, dependentes de denúncias e dificultadas pela rápida comunicação entre os operadores das rádios ilegais. Os gestores de emissoras recém-legalizadas apontam o burocrático processo de concessão de outorgas como o principal motivo da existência de tantas rádios clandestinas, como pontua o coordenador de uma emissora oficializada no interior de Minas Gerais depois de anos funcionando ilegalmente: “Tem sete anos que estamos correndo atrás da legalização. É muita documentação que precisa e muito trabalho que deve ser feito. Por isso que existe tanta rádio pirata. Muitos desistem de tentar ou nem tentam por saber que é difícil” (Ezequiel, 2016, s.p). De fato, a Anatel impõe uma série de condições para conceder outorgas de operação dos serviços de

radiodifusão, porém muitas das exigências são para evitar interferências em outros serviços que usam radiofrequência, como o controle de espaço aéreo. O atual PNO para rádios comunitárias objetiva facilitar os processos de outorga em cidades que ainda não possuem o serviço, expandindo e fortalecendo o serviço de radiodifusão em pequenas cidades.

Através do estudo de caso realizado, com resultados expostos a seguir, foi possível de entender as especificidades das rádios comunitárias que funcionam de forma clandestina no interior do Brasil, evidenciando características de programação, monetização, difusão e a busca pela legalização no panorama atual.

Especificidades do rádio comunitário no Brasil: estudo de caso

O estudo de caso continua sendo um método bastante explorado e eficiente para pesquisas em comunicação porque investiga, empiricamente, “um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real” (Yin, 2001, p. 32). Em função das observações pretendidas para a presente pesquisa, “o mais promissor para nossas dúvidas é o exame acurado de um caso singular” (Braga, 2011, p. 11). Além disso, a possibilidade de usar múltiplos métodos como forma de analisar o fenômeno facilita que se chegue a compreensões válidas para as questões levantadas previamente. Para a realização deste estudo foram feitas visitas à emissora escolhida, escuta sistematizada da programação e entrevista semi-estruturada com o idealizador da rádio.

Partindo deste preâmbulo, a escolha da Rádio Paraíso para este estudo se justifica pela consolidação da emissora, funcionando clandestinamente há 17 anos, por estar localizada em uma pequena cidade do interior de Minas Gerais, por sua aceitação entre a população local e pela especificidade de não haver nenhuma emissora legalizada na cidade. O município de Diogo de Vasconcelos, onde está sediada a Rádio Paraíso, tem população atualmente estimada em 3.814 habitantes e está localizado a 165 quilômetros da capital de Minas Gerais. É uma localidade essencialmente rural, com a agricultura e pecuária como principais atividades e com mais de 70% da população vivendo fora da área urbana (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2010; 2018).

A trajetória da Rádio Paraíso começou no início dos anos 2000 com um grupo de amigos entusiastas da radiodifusão. Um desses idealizadores da emissora mantém a rádio em funcionamento até hoje, juntamente com sua esposa. Em entrevista concedida no âmbito deste estudo, o idealizador, que preferiu não se identificar⁴, explica que a emissora não é a primeira criada por ele, mas que, por ser um aficionado pelo meio radiofônico, já iniciou muitas outras emissoras clandestinas: “A Rádio Primeira Capital, localizada em Passagem de Mariana, por exemplo, é uma que eu também iniciei. Na época foi de maneira ilegal, mas

4 Para preservar o anonimato, o coordenador da Rádio Paraíso será identificado pelo pseudônimo Antônio Silva quando suas falas aparecerem integralmente no artigo.

hoje ela possui concessão e funciona como rádio comunitária” (Antônio Silva, entrevista pessoal nº 1. Setembro de 2018).

O estúdio improvisado da Rádio Paraíso funciona em um pequeno cômodo na casa do idealizador (Foto 1), com todos os equipamentos necessários para transmissão adquiridos por ele. As instalações e reparos que sejam fundamentais também são feitos pelo coordenador da emissora, que ainda se apresenta como técnico em eletrônica.

Foto 1 – Estúdio de transmissão da Rádio Paraíso



Fonte: Fotografia de Eliene Santos (2018).

O sinal da Rádio Paraíso não interfere na transmissão de outras emissoras porque utiliza a frequência 87,9 FM do espectro, parte ainda não outorgada para nenhuma emissora no Brasil⁵, um dos motivos de a rádio ainda não ter sido alvo de nenhuma investigação da Anatel. A antena foi instalada no quintal da casa (Foto 2), que está localizada em uma parte alta da cidade, o que facilita ainda mais a transmissão do sinal. Não foi possível obter informações do alcance da rádio, mas, segundo Silva, abrange toda a cidade e regiões próximas.

5 Os canais com sintonia abaixo de 88 MHz serão outorgados a partir do processo de migração das emissoras AM para FM que está acontecendo no Brasil. Desde 2013, das 1.781 emissoras comerciais que operavam em AM no Brasil, 1.622 solicitaram a mudança de frequência e 650 delas já estão operando na faixa de FM. As rádios comunitárias não serão atingidas diretamente pela mudança.

Foto 2 – Torre de transmissão da Rádio Paraíso

Fonte: Fotografia de Eliene Santos (2018).

A radiodifusão local e comunitária é de grande importância para a população das pequenas localidades como Diogo de Vasconcelos porque, conforme evidencia Raddatz (2011), em muitas cidades do interior do país o rádio exerce uma posição de centralidade em diversos aspectos da vida social, anunciando objetos perdidos, campanhas de vacinação, horários de ônibus, veiculando notas de falecimentos, convites para missas e eventos da comunidade. Soares, citada por Bertolotto e Gerab (2018, s.p), complementa afirmando que o rádio “entra pelos igarapés até as comunidades ribeirinhas. Nas casas de farinha, o som é do radinho. Ele fortalece nossa identidade e traz conhecimento. Na Amazônia, ele é tão primordial como o WhatsApp para as pessoas da cidade”. É dessa forma que o local, enquanto lugar de construção social compartilhada de relações estabelecidas entre pessoas de uma mesma comunidade, “coloca em forma o mundo da vida diária, sendo ele próprio fundador da relação com o mundo do indivíduo, mas igualmente da relação com o outro, da construção comum do sentido que faz o vínculo social” (Bourdin, 2001: 36).

A rádio comunitária desde o começo concebe os valores sociais do lugar em que está inserida, já que surge da comunidade, com características partilhadas com a população, retratando a realidade com base nos diferentes componentes identitários. Esse tipo de emissora se configura também como prestadora de serviços e tem forte participação na busca pela resolução de problemas sociais das suas comunidades. É dessa forma que o rádio comunitário, assim como

o local, cria um laço de “afinidade com o ouvinte que nele se enxerga e se vê representado pela linguagem, pelas temáticas e pela possibilidade de ouvir seu nome, o nome do seu amigo, da localidade onde mora ou dos lugares que frequenta” (Raddatz, 2011, p. 1).

O idealizador da rádio confirma que a emissora divulga ações da prefeitura da cidade e presta serviços mais diretos à população, veiculando notas de falecimento, informações de campanhas assistenciais e documentos perdidos: “Quando alguém perde o documento a gente noticia aqui. Se a pessoa precisa de uma cadeira de rodas a gente pede também e logo ela consegue a doação de uma. Falamos também de datas importantes, como as de campanhas de vacinação” (Antônio Silva, entrevista pessoal nº 1. Setembro de 2018).

Dessa forma, a relação da Rádio Paraíso com a população é bastante forte desde o começo, tanto que a emissora passou a ser entendida como parte da cidade, sendo conhecida entre os ouvintes apenas como Rádio Diogo. Além disso, a população participa ativamente da única rádio da cidade, que disponibiliza diferentes canais para que os ouvintes entrem em contato. Quadros e Lopez (2013) justificam que a interatividade no rádio se modifica quando o meio se apropria de elementos tecnológicos como forma de mediação, “passando a considerar outros ambientes onde o rádio está presente: seu site institucional, sites de redes sociais, aplicativos para celular, programas de bate-papo virtual, entre outras” (p. 2).

Nascida quando as emissoras tradicionais começaram a se apropriar de outros elementos e plataformas digitais, a Rádio Paraíso tem página na internet⁶ onde também transmite seus conteúdos ao vivo e disponibiliza o aplicativo de mensagens *WhatsApp* como forma de interação com a audiência. Segundo o idealizador da emissora, as pessoas interagem principalmente com pedido de músicas, “mas também entram em contato para pedir para noticiar algo como uma nota de falecimento, assim todos ficam sabendo o horário do sepultamento e local” (Antônio Silva, entrevista pessoal nº 1. Setembro de 2018).

Como rádio ilegal a emissora não poderia receber nenhum tipo de patrocínio ou apoio cultural, já que não se trata de entidade constituída. Porém, três empresas locais anunciam na programação da rádio o que, segundo Silva, não é suficiente para manter a emissora no ar.

Recebemos um dinheirinho que utilizamos para alguma coisinha na rádio. É pouquinho coisa, mas ajuda em algo. Mas eu não me importo em lucrar não. Eu gosto muito de rádio, por isso, eu me esforço ao máximo para mantê-la em funcionamento com o meu próprio dinheiro. (Antônio Silva, entrevista pessoal nº 1. Setembro de 2018).

Há em tramitação no congresso federal projeto que altera Lei Geral de Telecomunicações e dá às empresas que contratam propaganda em rádios e

6 www.radioparaísofm.net

TVs ilegais as mesmas sanções previstas aos responsáveis pela operação dessas emissoras.

A Lei que regulamenta as rádios comunitárias deixa claro que a constituição dessas emissoras não deve prever lucro e que “as prestadoras do Serviço de Radiodifusão Comunitária poderão admitir patrocínio, sob a forma de apoio cultural, para os programas a serem transmitidos, desde que restritos aos estabelecimentos situados na área da comunidade atendida” (Brasil, 1998). As definições de apoio cultural, entretanto, são controversas, o que possibilita que essa regra seja muitas vezes desrespeitada pelas rádios comunitárias.

Questionado sobre as perspectivas de legalização da Rádio Paraíso, Silva explica que tem interesse em fazer da emissora uma rádio comunitária outorgada, porém, assim como discutido anteriormente, ele também considera o processo de autorização burocrático: “Dá muito trabalho. São muitos documentos, relatórios. É uma papelada que eles exigem. Enquanto não providenciamos tudo, vamos dando continuidade aos nossos programas. Um dia a licença sai” (Antônio Silva, entrevista pessoal nº 1. Setembro de 2018).

A rádio segue funcionando com uma programação bastante diversificada, centrada em músicas, prestação de serviços e informações cotidianas da cidade de Diogo de Vasconcelos. Em seguida, será apresentada a programação da emissora como forma de evidenciar essa diversidade e as singularidades da rádio.

4.1 A programação da Rádio Paraíso

A programação de uma rádio se constitui a partir de diversos critérios que orientam as principais características da emissora. Josep Maria Martí (2004) entende que “as características específicas da programação geram na prática algumas determinadas estratégias de programação vinculadas a determinados condicionamentos internos e externos na elaboração e difusão do produto (radiofônico)” (Martí, 2004, p. 31). Segundo Ferraretto (2014, p. 70), a programação “é o conjunto organizado dos conteúdos veiculados por uma emissora de rádio, sejam estes jornalísticos, de entretenimento, de serviços, publicitários e/ou musicais, produzidos conforme o formato adotado pela emissora”. Nessa perspectiva, Martí ainda evidencia que “a programação também pode ser definida como uma arte que reúne os programas e os públicos a que são destinados, o que supõe que se coloque em prática uma técnica de duas articulações: a dos tempos de emissão com a dos tempos sociais” (Martí, 2004, p. 33).

Assim, na construção da programação de uma emissora comunitária é preciso levar em conta fatores externos como especificações legais e técnicas, as características do lugar em que estão inseridas, os tempos sociais, que redimensionam modos de escuta e interação, além das singularidades e demandas do seu ouvinte. O quadro de programação da Rádio Paraíso é

constituído em grande parte de músicas, sobretudo do gênero sertanejo, mas programas de entretenimento e informativos também têm espaço na grade que é descrita no quadro a seguir (Quadro 4).

Quadro 4 – Grade de programação da Rádio Paraíso

Horário	Programa
6h às 8h	Recanto Sertanejo
8h às 10h	Ceilândia Brasília
10h às 12h	Bom Dia Cidade
12h às 14h	Programa Gospel
14h às 17h	Show da Cidade
17h às 19h	Trem Caipira (sertanejo raiz)
19h às 20h	Voz do Brasil (retransmissão de Brasília)
20h às 22h	Eu de Cá, Você de Lá
22h às 6h	Programação musical variada (automática)

Fonte: Elaborado pelos autores com dados da pesquisa.

Como se trata de uma rádio clandestina, a Paraíso não precisaria se preocupar com especificações legais, porém a veiculação da “Voz do Brasil”, obrigatória para todas as rádios legalizadas, mostra o interesse da emissora em se tornar uma rádio oficializada.

5. Conclusões

As rádios comunitárias brasileiras nasceram clandestinas, com características ideológicas e objetivo de dar visibilidade a uma parcela da população invisibilizada pelos meios de comunicação tradicional. A cultura produzida nas comunidades, os abusos das operações policiais nas favelas, a violência, os projetos sociais, as informações importantes para a população de lugares marginalizados eram simplesmente desprezadas pelos grandes meios. Dessa forma, mesmo atuando na clandestinidade, as rádios comunitárias passaram a ter importante função social quando inserida nesses lugares.

A legalização dessas rádios veio após quase vinte anos de funcionamento clandestino, quando o governo federal instituiu regras para a criação e atividade das emissoras comunitárias. Embora as determinações tenham seguido as configurações de programação e serviço já experimentadas pelas emissoras então ilegais, o processo de instalação hoje é considerado burocrático, fazendo com que ainda existam muitas rádios funcionando ilegalmente no Brasil.

Através do estudo de caso com base na Rádio Paraíso foi possível confirmar que a morosidade do processo de outorga é um dos motivos que levam algumas rádios a se manterem na ilegalidade. Ainda assim, foi possível atestar a importante função social que as rádios comunitárias desempenham. A única

emissora de Diogo de Vasconcelos desempenha um papel informativo essencial na vida dos quase quatro mil moradores da cidade. É através da rádio ilegal que a população se informa sobre campanhas de vacinação, serviços da prefeitura e eventos culturais.

A caracterização da Rádio Paraíso como comunitária e não como pirata no presente estudo parte da interpretação que o idealizador não tem intenção de obter lucro através das atividades da emissora. Tendo começado como um *hobby* para um grupo de amigos aficionados por radiodifusão, os atuais mantenedores da emissora têm a consciência que há anos ela deixou de ser um passatempo, contando com um público fiel que interage com a emissora e se vê representado nela.

Mesmo diante do risco de ter a emissora fechada pelos órgãos de fiscalização, durante os dezessete anos de funcionamento da rádio a possibilidade de interrupção do trabalho nunca foi cogitada. Não interferindo no sinal de nenhuma outra rádio, a única emissora de Diogo de Vasconcelos nunca sofreu nenhuma investigação, ainda assim, há a intenção de legalizar a Rádio Paraíso.

As características heterogêneas e as desigualdades sociais tão evidentes entre as regiões brasileiras fazem com o rádio e, em especial, as emissoras comunitárias, sejam relevantes para informar, educar, aproximar os sujeitos, reforçar tradições e costumes específicos das pequenas cidades ou das comunidades marginalizadas nos grandes centros urbanos.

Como futuro desdobramento deste trabalho, é intenção dos autores esmiuçar a importância da Rádio Paraíso para a população de Diogo de Vasconcelos através de pesquisa de recepção com os ouvintes da emissora clandestina.

Referências

- Agência Nacional de Telecomunicações. (2018). *Relatório Anual 2017 Anatel*. Brasília: Agência Nacional de Telecomunicações. Disponível em <https://bit.ly/2EwvUQ9>.
- Andriotti, C. D. (2004). *O movimento das Rádio Livres e Comunitárias e a democratização dos meios de comunicação no Brasil*. (Dissertação de Mestrado).
- Bertolotto, R. & Gerab, M. (2018, julho). País sem sintonia: depois de integrar o Brasil por décadas, o rádio vive mudanças que podem provocar o efeito contrário. *UOL*, 2018. Disponível em <https://tab.uol.com.br/radio/#pais-sem-sintonia>.
- Bourdin, A. (2001). *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Braga, J. L. (2011). A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. *E-compós*, 14(1). Disponível em <https://bit.ly/2GKcgTa>.
- Brasil. Lei nº 9.472. (1997). Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995. Brasília: *Diário Oficial da União*. Disponível em http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/LEIS/L9472.htm.
- Brasil. Lei nº 9.612. (1998). Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília: *Diário Oficial da União*. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm.
- Ezequiel, W. (2016, novembro 07). Coronel Fabriciano terá sua primeira rádio comunitária.

- Diário do Aço*. Disponível em <https://bit.ly/2Ntqzfr>.
- Ferraretto, L. A. (2014). *Rádio: Teoria e prática*. São Paulo: Summus.
- Freitas, V. H. M. *Espaço sertanejo: A música sertaneja cantando o espaço geográfico*. (2017). (Dissertação de Mestrado). Disponível em <https://bit.ly/2IEuAif>.
- Instituto Brasileira de Geografia e Estatística. (2010). Censo Demográfico 2010. Rio de Janeiro: Instituto Brasileira de Geografia e Estatística.
- Instituto Brasileira de Geografia e Estatística. (2018). *População estimada: Estimativas da população residente com data de referência 1º de julho de 2018*. Rio de Janeiro: Instituto Brasileira de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://bit.ly/2NuBR2T>.
- Martí, J. M. (2004). La programación radiofónica. In M. P. Martínez-Costa & E. Moreno, *Programación radiofónica – Arte y Técnica Del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel.
- Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Telecomunicações. (2018). *Plano Nacional de Outorgas 2018/2019 – Radiodifusão Comunitária*. Brasília: Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Telecomunicações. Disponível em <https://bit.ly/2tCd6ZF>.
- Peruzzo, C. M. K. (2005). Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, 43, 67-84.
- Peruzzo, C. M. K. (2010). Rádios Comunitárias no Brasil: da desobediência civil e particularidades às propostas aprovadas na CONFECOM. *Anais do XIX Encontro Anual da Compós*, Rio de Janeiro.
- Pesavento, S. J. (2006). Fronteiras culturais em um mundo planetário - paradoxos da(s) identidade(s) sul-latino-americana(s). *Revista del CESLA*, 8, 9-19. Disponível em: <https://bit.ly/2SrehFo>.
- Quadros, M. R. & Lopez, D. C. (2013). A interatividade no rádio hipermediático e expandido: uma proposta de classificação. *Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus – AM*. São Paulo: Intercom.
- Raddatz, V. L. S. (2011). Rádio AM «avisa»: uma expressão da cultura local. In: L. Klöckner & N. Prata (orgs.), *Mídia sonora em 4 dimensões: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro*. Porto Alegre: EdIPUCRS.
- Santos, M. C. (2010). A importância do noticiário local de rádio em tempos de globalização: uma análise da opinião dos ouvintes da Rádio Itatiaia. (Dissertação de Mestrado).
- Sousa, S. S. G. (1997). Rádios ilegais: da legitimidade à democratização das práticas. (Dissertação de Mestrado). Disponível em: <https://bit.ly/2Tkju68>.
- Yin, R. K. (2001). *Estudo de caso: planejamento e métodos*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman.

Dissonância crítica e solidária: a contribuição das mídias populares ao processo de mudança social

*Critical and solidary dissonance: the contribution of popular media to
the process of social change*

*Disonancia crítica y solidaria: la contribución de los medios populares
al proceso de cambio social*

Ana Cristina SUZINA

Université catholique de Louvain / anasuzina@hotmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 147-162)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 28-02-2019 / Aprobado: 10-07-2019

Resumen

O presente artigo apresenta e discute o conceito de dissonância em relação às práticas de mídias populares no Brasil, no contexto de ruptura digital. A dissonância é concebida como um primeiro passo para a mudança social, no sentido de constituir um elemento de rompimento de consistência, isto é, de significados dominantes. A partir de entrevistas com 55 comunicadores em 29 iniciativas de mídia popular, o conceito se tipifica em duas categorias, a de dissonância crítica, relacionada com a pluralidade de argumentos, e a de dissonância solidária, associada à criação de dinâmicas de coexistência e valorização da diversidade de saberes.

Palavras chave: comunicação popular; mudança social; cultura digital; esfera pública; Brasil

Abstract

This article presents and discusses the concept of dissonance in relation to popular media practices in Brazil, in the context of digital rupture. Dissonance is conceived as a first step towards social change, in the sense of being an element of disruption of consistency, that is, of dominant meanings. Based on interviews with 55 communicators in 29 popular media initiatives, the concept is typified in two categories: critical dissonance, related to plurality of arguments, and solidarity dissonance, associated with the creation of dynamics of coexistence and valorization of diversity of knowledge.

Keywords: popular communication; social change; digital culture; public sphere; Brazil

Resumen

El presente artículo presenta y discute el concepto de disonancia en relación a las prácticas de medios populares en Brasil, en el contexto de ruptura digital. La disonancia es concebida como un primer paso para el cambio social, en el sentido de constituir un elemento de ruptura de consistencia, es decir, de significados dominantes. A partir de entrevistas con 55 comunicadores en 29 iniciativas de medios populares, el concepto se tipifica en dos categorías, la de disonancia crítica, relacionada con la pluralidad de argumentos, y la de disonancia solidaria, asociada a la creación de dinámicas de coexistencia y valorización diversidad de saberes.

Palabras-clave: comunicación popular; cambio social; cultura digital; esfera pública; Brasil

1. Introdução: O poder da informação

Existe uma crença generalizada, entre comunicadores populares, de que o acesso e a produção de informação cumprem um papel central no processo de emancipação cidadã e inclusão social plena. Em suas palavras, alguém que recebe e/ou produz informação qualificada, que tende a ser diversa, e se apropria dela, pode desenvolver reflexões sobre si mesmo, sobre seu lugar no mundo, sobre os outros e sobre o mundo. Esta reflexão é parte dos resultados de uma série de entrevistas, realizadas de 2013 a 2016, com 55 comunicadores em posição de liderança em 29 iniciativas de mídia popular associadas a 17 diferentes movimentos sociais, ONGs e associações comunitárias no Brasil.

Segundo esses comunicadores, a apropriação de canais de comunicação é apenas um dos aspectos do desafio de incluir mais vozes no debate público. A ruptura digital oferece uma promessa de mudança, ainda que limitada por desigualdades e assimetrias políticas (autor/a), assim como pelo surgimento de um capitalismo comunicativo, marcado por uma inclusão massiva de vozes que pode produzir uma enganosa fantasia de participação (Dean, 2005). Mas, se a inclusão massiva de múltiplas vozes – e das perspectivas sociais de que elas são feitas – não é suficiente para consolidar a justiça democrática plena (Fraser, 2010), essa ampliação pode ser tomada como o ponto de partida da mudança social. Ela permite, entre outras coisas, criar e reverberar dissonância, um ruído que questiona consensos estabelecidos e abre o caminho para possíveis transformações.

Este artigo está organizado em seis seções. O conceito de dissonância será apresentado na segunda seção, que antecede a apresentação dos casos estudados que sustentam o argumento sobre o papel da dissonância no processo de mudança social. A seguir, a quarta seção discute como mídias populares no Brasil estão produzindo dissonância e a quinta seção propõe sua conceituação em duas categorias analíticas, decorrentes da observação dos casos, que são a dissonância crítica e a dissonância solidária. As conclusões são apresentadas na sexta e última seção.

2. O conceito de dissonância

O cientista político brasileiro Luis Felipe Miguel (2014) usa o termo “polifonia” para descrever uma situação em que o debate público incluiria e levaria em consideração perspectivas atualmente ausentes dos processos de tomada de decisão. Nessa “versão multiculturalista” da esfera pública habermasiana, “a própria inclusão produziria a legitimidade das decisões e da justiça” (idem, p.216). Em contraponto, o conceito de capitalismo comunicativo, como descrito por Jodi Dean (2005), recusa essa lógica argumentando que é exatamente a ilusão de inclusão, baseada na ampliação da circulação da informação – que ela define melhor como a fantasia da participação –, o que está perecendo nas democracias

contemporâneas. Nesse sentido, a simples inclusão não melhora a qualidade da deliberação, porque não significa necessariamente reconhecimento e integração de vozes marginais, como sugere a cientista política e feminista estadunidense Iris Marion Young (2000).

Em seus recentes escritos, o teórico alemão Jürgen Habermas considera a inclusão das massas na esfera pública como um mecanismo de regulação da estrutura de poder. E, embora o autor mantenha sua confiança no “potencial de vinculação observável à verdade na deliberação política”, como um recurso para “gerar legitimidade por meio de um procedimento de opinião e formação de vontades” (Habermas, 2006, p.413), ele aponta igualmente suas fragilidades. Para Habermas, os países ocidentais contemporâneos exibem um volume crescente de comunicação política, que, porém, não se referem diretamente a características de deliberação, como interação entre participantes, decisão coletiva ou intercâmbio igualitário de reivindicações e opiniões.

Reconhecendo os limites do modelo deliberativo, bem como o caráter histórico e conflitivo da democracia - em oposição ao caráter consensual próprio do modelo proposto por Habermas -, Miguel recupera a ideia de polifonia em seu caráter processual. A incorporação de vozes marginalizadas não é, portanto, o ponto de chegada, mas o de partida, e esse momento é melhor definido como dissonância.

O ideal habermasiano de consenso esclarecido é uma espécie de canto monódico; acrescentado da exigência de incorporação das múltiplas perspectivas sociais, torna-se a polifonia referida antes. Mas essa polifonia, enquanto resultado harmonioso da convivência entre diferentes melodias, também exigiria a compatibilização (embora não uniformização) dos vários conhecimentos sociais situados, que se comunicam uns aos outros por meio do debate racional. Uma consciência mais aguda das limitações impostas pela estrutura do campo à presença dos discursos dominados permite entender que, antes de participantes do arranjo polifônico, a eles cabe o papel de ruído, de dissonância (Miguel, 2014: 223).

O psicossociólogo estadunidense Leon Festinger desenvolveu a teoria da dissonância cognitiva, segundo a qual “dois itens de informação que psicologicamente não se encaixam são ditos como em relação dissonante entre si” (Festinger, 1962: 93). O autor aplica seu conceito na observação da evolução do comportamento humano. Para ele, as pessoas buscam consistência entre suas ações e seus pensamentos (ou declarações) e, toda vez que se confrontam com uma informação dissonante, se abre uma oportunidade para mudar opiniões e crenças.

A definição de Festinger é interessante porque destaca a possibilidade de mudança proveniente de insumos informacionais, o que é consistente com a perspectiva dos comunicadores populares.

A descrição dos casos que ele observou, no entanto, sugere que essa mudança é direcionada a uma acomodação, ou seja, a eliminação da dissonância para aproximar novas ideias de estruturas antigas e seguras de ação e pensamento. Analisar a mídia popular sob o conceito de dissonância acentua os desafios enfrentados neste campo, considerando que o objetivo dessas mídias é a quebra de consistência, num contexto em que as audiências, como entende Festinger, naturalmente buscam a estabilidade e a segurança. Essas mídias, na verdade, propõem a reconfiguração da consistência ou mesmo a substituição por uma nova consistência, o que sugere um tipo de dinâmica que vai além do nível informacional, como reflete Fabio, comunicador da Rede Mocaronga, na Amazônia brasileira.

Uma vez, a gente tinha uma ilusão, um sonho de que, se a gente conseguisse fazer um vídeo ou uma novela, alguma coisa assim, que a gente ia passar no horário da novela, e todo mundo ia conseguir assistir nosso vídeo e não ia querer ver a novela. O vídeo da TV Mocaronga. Deu certo uma única vez. Mas pelo menos você passa outro vídeo, em outra hora, e o pessoal se liga também. Eu acho que é difícil, mas você vai criando essas bolhas de novas formas de pensar as coisas que, depois, uma hora, cai uma chuva, um temporalzinho, pra bagunçar a normalidade (2015).

A diferença entre a ilusão de inclusão – ou ilusão de participação, segundo Dean – e uma inclusão de fato é que esta última não serviria para confirmar a narrativa dominante naturalizada. Ela serviria, ao contrário, para romper a consistência da dominação. A inclusão de fato contribui para constituir a democracia “como uma forma de governo com conteúdo” (Miguel, 2014, p.96), marcado por disputas permanentes de interesses. Segundo Miguel, a dissonância é o ruído que empurra os limites do *habitus* estabelecido, em referência ao conceito de Pierre Bourdieu (idem: 223). Nesse sentido, a importância da dissonância é abrir o caminho para a mudança por meio da introdução de significados alternativos e marginais dentro de um processo contínuo de tensão entre as formas de exclusão estabelecidas e as forças que lutam pela pluralidade de perspectivas. Esta reflexão reconhece a importância de mudar visões de mundo como uma maneira de obter mudança social, como a maioria dos comunicadores populares defende.

3. Metodologia

Este artigo apresenta parte dos resultados de uma pesquisa de doutorado que envolveu um trabalho de campo composto por múltiplos casos (Hannerz, 2003), fundamentado em entrevistas com 55 comunicadores e observação de 29 iniciativas de mídia popular vinculadas a 17 diferentes grupos sociais situados em seis estados do Brasil – Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Norte, Ceará e Pará. A lista completa de estudos de caso figura na Tabela 1. As

experiências selecionadas combinam características comuns, que lhes dão unidade, e características específicas, que conferem diversidade ao conjunto (Patton, 1990).

No que se refere à unidade, os estudos de caso compartilham três principais características. Primeiro, eles são todos ligados a lutas sociais, incluídos ou associados com estratégias mais amplas de movimentos sociais, ONGs ou associações comunitárias ativas na busca de uma transformação particular ou geral nas condições de vida de uma população específica. Segundo, todas as mídias se situam em condição de periferia, o que pode representar uma situação geográfica periférica ou uma marginalização moral e simbólica dos grupos sociais referidos. Finalmente, todas as mídias da amostra são de longa duração, o que significa concretamente que são plataformas criadas para acompanhar as lutas sociais na sua continuidade, em oposição a plataformas criadas especificamente para mobilização ou divulgação de eventos específicos. No que se refere à diversidade, as características específicas se referem à região geográfica; à condição socioeconômica do contexto em que a mídia está situada; ao tipo de plataforma tecnológica utilizada; e ao tipo de vínculo institucional.

A pesquisa utilizou, predominantemente, uma abordagem indutiva, a partir de entrevistas compreensivas (Kaufmann, 1996) e análise qualitativa de dados. Observar o que as iniciativas tem em comum e o que é específico permitiu uma observação crítica dos padrões mais amplos (sociais, institucionais e políticos) nos quais elas funcionam, seguindo a lógica dos trabalhos com múltiplos casos. Para Ulf Hannerz, “o que as atuais pesquisas multi-locais tem em comum é que elas se baseiam em algum problema, alguma formulação de um tópico, que é significativamente trans-local, para não ficar confinado dentro de um lugar único” (Hannerz, 2003: 206). A combinação entre elementos de unidade e de diversidade teve como objetivo dar consistência à análise de características comuns encontradas nos casos e, a partir delas, desenvolver reflexões mais generalizadas sobre a evolução do campo da comunicação e mídia popular no Brasil. O conceito de dissonância é, exatamente, um dos elementos comuns que emergiram desse exercício.

A abordagem aos casos foi feita, principalmente, durante três visitas de campo, em outubro-novembro/2013, abril-maio/2014 e outubro-dezembro/2015. As mídias foram organizadas em três grupos, como casos principais, intermediários e secundários. Os casos principais foram abordados mais de uma vez. Os demais cumpriram papéis diferentes no processo de saturação dos dados levantados no decorrer da pesquisa. Todos os casos foram acompanhados durante todo o decorrer da pesquisa, por meio de suas atividades em redes sociais, para acompanhamento da evolução de suas estratégias e posicionamentos.

Tabela 1 – Lista das experiências observadas, organizadas de acordo com seu vínculo institucional

Mídia	Organização
1. Jornal Sem Terra 2. Brasil de Fato 3. Centro Popular de Mídias 4. Terra Vermelha 5. Rádio Conquista 6. Facebook Page Herdeiros da Terra	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST <i>* O MST é um dos movimentos sociais envolvidos na produção do jornal Brasil de Fato e na articulação do Centro Popular de Mídias</i>
7. Mídia Ninja	Coletivo Fora do Eixo
8. Rádio Nova Paraísopolis 9. Jornal Espaço do Povo	Associação de Moradores de Paraísopolis <i>* O jornal Espaço do Povo é uma mídia independente, mas apoiada pela associação comunitária</i>
10. Jornal A voz do Lapenna 11. Jornal Mundo Jovem Comunica	Núcleo de Comunicação Comunitária São Miguel no Ar (Fundação Tide Setubal)
12. Jornal de Chiador	Associação de Moradores de Chiador
13. Agência de Notícias das Periferias	Mural (Folha de São Paulo)
14. Énois	Énois Inteligência Jovem
15. Escola de Notícias	Escola de Notícias
16. Jornal Folha do Sabará	Comunidade Sabará
17. Escola de Comunicação Popular	Centro de Formação Urbano Rural Irmã Araújo – Cefuria <i>* O Cefuria é uma das organizações que participa da coordenação da Escola de Comunicação Popular</i>
18. Jornal Fala, Mãe Luiza	Centro Sócio Pastoral Nossa Senhora da Conceição
19. Coletivo Nigéria	Nigéria Filmes
20. Rádio FM Casa Grande 21. Produtora Sem Canal	Fundação Casa Grande
22. Rádio Ibiapina	Associação de Moradores de Florânia
23. TV do Bem	Casa do Bem
24. local radio stations	Rede de Notícias da Amazônia
25. Rede Mocoronga 26. Rádio Floresta 27. Blog de São Pedro 28. Rádio Bem-te-vi	Projeto Saúde e Alegria
29. Rádio Lago	Comunidade do Lago Grande do Curuai

Fonte: (autor/a)

4. Produzindo dissonância por meio das mídias populares

De acordo com os resultados desta pesquisa, existem dois aspectos fundamentais a considerar sobre como a ideia de dissonância está presente na mídia popular. O primeiro é que, embora tenha sido fortalecida no contexto da ruptura digital, a dissonância já era parte dessas práticas e de seus princípios desde suas origens. Cicilia Peruzzo (1998) define a comunicação popular como o “espaço

de expressão democrática”, caracterizada pelo surgimento de novos canais, em que grupos sociais marginalizados podem expor suas ideias e reivindicações, fundamentadas em informações construídas das bases, em processos de participação (idem: 126). A comunicação popular “participa da manifestação do conflito entre as classes sociais nos campos dos interesses e da hegemonia” (idem).

O segundo aspecto é que a ideia de dissonância é expressa por comunicadores populares sob uma grande variedade de entendimentos e aplicações. Essa variedade está associada aos objetivos da mídia popular e com o tipo de mudança que eles acreditam que são capazes – e querem – produzir na sociedade.

Neste ponto, é importante fazer uma distinção entre informações alternativas e dissonantes. Todas as produções populares de mídia podem ser consideradas alternativas em alguma medida, pois elas representam concretamente uma visão alternativa aos fatos, provenientes de uma estrutura diferente de propriedade da mídia e de diferentes opções e abordagens editoriais. No entanto, o adjetivo “alternativa” nunca foi suficiente para classificar práticas de mídia provenientes dos setores marginais e a literatura é abundante em derivações como “mídia cidadã alternativa”, como no trabalho de Clemência Rodríguez (2001), referindo-se às suas raízes em empreendimentos não-comerciais e não-governamentais, ou “mídia radical alternativa”, destacando seu caráter de abordagens editoriais contenciosas, tal como aparece no trabalho de John Downing (2001; 2016). Essas definições colocam a ação política e a agência social no centro do processo (Rodríguez, Ferron, & Shamas, 2014; Peruzzo, 2008).

A ruptura digital complexificou essa situação. Ela ofuscou as fronteiras entre os meios de comunicação de massa e as chamadas mídias alternativas, o que significa que grupos marginais adquiriram melhor e mais amplo acesso a tecnologias antes exclusivas de atores corporativos, alcançando o potencial de atingir audiências massivas. No entanto, mesmo quando as iniciativas de mídia popular podem incorporar modelos e atingir grandes audiências como a mídia tradicional faz, ainda há uma distinção importante entre informações alternativas e dissonantes.

A ruptura digital tornou abundante a informação alternativa, algo que pode contribuir para a consolidação do chamado capitalismo comunicativo, alimentado pelo fluxo de circulação da informação, como definido por Jodi Dean (2005). Neste sentido, eu destaco o caráter perturbador da dissonância como fator de mudança (Festinger, 1962) como o ponto principal de distinção entre informação alternativa e informação dissonante. Seguindo essa lógica, a informação dissonante tem um componente natural de conflito.

A filósofa britânica Onora O'Neill faz uma distinção entre conteúdo informativo e ação comunicativa (2009), que dialoga com a perspectiva crítica inerente ao conceito de capitalismo comunicativo. Para ela, “a liberdade de expressão pode ser uma abordagem perversamente incompleta dos requisitos éticos nos atos de fala” (O'Neill, 2009, p.176). Enquanto os processos coletivos

devem ser tomados como prioridade ao falar sobre participação de fato, O'Neill aponta para a reciprocidade, ou pelo menos a escuta, como requisito para falar sobre uma comunicação de fato. Autores e atores sociais que defendem a comunicação como um direito humano seguem o mesmo caminho, argumentando que os processos comunicativos devem incluir tanto o direito de expressar ideias quanto o direito de ser ouvido com respeito (Ó Siochrú, 2016; Peruzzo, 2016).

A particularidade da informação alternativa que pode ser classificada como dissonante é que ela tem um propósito claro de romper a consistência (Festinger, 1962). Trata-se de uma comunicação que busca constituir uma nova consistência que inclui a perspectiva de grupos marginais. Ela pode ser caracterizada, portanto, como uma dissonância no conteúdo (qual consistência?) e no formato (consistência construída por quem?).

Segundo os resultados da presente pesquisa, existe, no entanto, uma tipologia de dissonância que pode ser desenvolvida tomando como referência a mídia popular. Considerando estes parâmetros, ela pode ser classificada como dissonância crítica e dissonância solidária.

Como mencionado anteriormente, a ruptura digital e o processo de midiaticização em geral desempenham um papel importante em relação à dissonância. Eles produzem, por um lado, um ponto de ruptura na ideia do jornalismo – e seus padrões – como a única fonte legítima de informação. Por outro lado, eles colocam processos de mídia no centro da organização social. Outras fontes de informação começam a integrar o sistema, melhorando as condições de liberdade de expressão, dando lugar ao que pode ser chamado de ecologia da informação (Nardi e O'Day, 2000). Esse processo pode ser melhor associado ao que eu defino como “dissonância crítica”. Como será discutido a seguir, a dissonância crítica é importante para tornar o debate público mais plural.

Complementarmente, lutando contra os padrões do capitalismo comunicativo (Dean, 2005), as mídias populares acrescentam ao processo de midiaticização a relevância da ação comunicativa (O'Neill, 2009). Nessas dinâmicas, o conteúdo informacional está a serviço da ação comunicativa, pois o elemento central é o diálogo que produz informação e o diálogo desencadeado por ela. Cria-se, portanto, espaço para uma ecologia do conhecimento (Sousa Santos, 2007), porque o mais importante não é o aumento da circulação de informações produzidas por todos os cidadãos, mas o processo de constituição de significados (Hall, 2013) que se realiza por meio do conflito. O conceito de dissonância solidária está associado a esse processo, destacando a coexistência entre diferentes formas de ser e perspectivas, e a superação de processos cognitivos. Esta categoria também será desenvolvido mais adiante.

5. Dissonância crítica

A possibilidade de utilizar plataformas virtuais para difundir, de forma ampla e irrestrita, conteúdos que, antes, circulariam exclusivamente em territórios de movimentos sociais ou comunitários, aumenta as oportunidades de atingir públicos mais variados, mesmo por meio da mídia convencional. Existe, no entanto, uma particularidade interessante nessa tendência. Em sua conceituação de um movimento de mídia, Silvio Waisbord descreve sua terceira categoria, que ele chama de *Civic Media Advocacy*, como um movimento que segue predominantemente as regras institucionais da mídia tradicional (Waisbord, 2008, p.110)¹. Isso significa que os atores sociais basicamente assimilam as normas do que é notícia para produzir conteúdo que possa ser absorvido pelos meios de comunicação tradicionais.

A interferência causada pela ampliação da visibilidade, permitida pelas plataformas virtuais, quebra esse padrão, pois é a linguagem própria dos atores sociais que é reverberada. É o que Lenon, comunicador vinculado ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), chamou de desenvolver e difundir sua própria narrativa durante uma série de conversas que tivemos em outubro de 2015. Segundo ele, uma das premissas dessa ação é “construir narrativas antes que as mídias de massa façam isso”. Lenon dá um exemplo:

Foi durante a discussão sobre o eucalipto transgênico no Brasil no âmbito do CTBio. Mulheres integrantes do MST de São Paulo ocuparam um prédio da Suzano e destruíram todo o viveiro de eucaliptos transgênicos, e nós fizemos um vídeo com a nossa narrativa. (...) Quando a Globo chegou, nós nem estávamos mais lá. No Jornal Nacional, anunciaram que as mulheres do MST haviam invadido e destruído um viveiro de plantas de espécies transgênicas. (...) Enquanto ele [o jornalista] está falando, as imagens mostram as nossas mensagens de agitação e propaganda: ‘transgênico = veneno = morte’. Esta é a nossa narrativa, confrontando o que ele está dizendo (Lenon, 2015).

Para Lenon, o resultado mais importante desse tipo de ação é a possibilidade de gerar controvérsias, que também podem ser descritas como dissonância. Na mesma medida em que a mídia tradicional expõe suas narrativas, o público pode ter a opção de contrastar as diferentes informações fornecidas. Ele reconhece o risco de edições enviesadas que podem ser feitas pela grande tradicional, mas as considera ainda como uma vantagem e equipara esse risco com os presentes nas ocupações feitas pelo movimento. “Eles vão falar coisas ruins sobre nós de

1 Lutas em torno da mídia não são fatos novos. Em resposta a uma dominação histórica dos sistemas de mídia por estados e mercados, existem diferentes tipos de contestação. Silvio Waisbord os classifica em três categorias do que ele chama de “movimentos de mídia” (Waisbord, 2008, p. 105). A primeira busca por reformas nas políticas de mídia. O segundo concentra esforços no desenvolvimento autônomo de veículos midiáticos, como o que foi descrito como mídia popular nesta pesquisa. O terceiro e mais recente, segundo ele, busca mudar a cobertura da mídia sobre questões cívicas e sociais.

qualquer maneira. (...) Sabemos que ocupar terras é perigoso e incerto, mas nós as ocupamos”, conclui. A lógica de mídia poderia, portanto, ser entendida como esse espírito de aproveitar os novos canais para fornecer e contrastar informações. Como na conceituação do sociólogo belga Geoffrey Pleyers sobre “a via da razão”, a dissonância crítica é o contra-poder que “extrai sua força do apoio da opinião pública resultante da exposição na mídia” (Pleyers, 2010: 122).

Sob o conceito de dissonância crítica, a controvérsia ou a informação contrastante tornam-se parte de um processo complexo de mudança baseado na luta em torno dos significados (Hall, 2013). Os comunicadores populares defendem o direito e a necessidade da apropriação de canais e lógicas midiáticas por causa da centralidade destas últimas no sistema representacional. Essa perspectiva reforça que eles estão buscando mais do que liberdade de expressão. Quanto mais eles conseguem abrir oportunidades de diálogo, maior é a possibilidade de interferir nos significados compartilhados que orientam a interpretação do mundo e a organização das sociedades.

A dissonância crítica é, portanto, baseada em uma espécie de ecologia da informação, no sentido definido pelas antropólogas estadunidenses Bonnie A. Nardi e Vicki L. O'Day. Elas descrevem essa ecologia como “um sistema de pessoas, práticas, valores e tecnologias em um determinado ambiente local” (Nardi e O'Day, 2000). De acordo com esse conceito, a tecnologia é a plataforma de onde cada prática humana é desenvolvida, em constante evolução, muito influenciada por insumos locais.

Considerando a midiaticização como um metaprocesso comunicacional que é produzido e simultaneamente produz processos de mídia (Krotz & Hepp, 2011), a mídia é observada além dos instrumentos tecnológicos; ela se constitui como uma arena de lutas. Seguindo essa lógica, a disponibilidade e a diversidade de informações são os aspectos que mais contam para fundamentar e orientar processos democráticos. No contexto da dissonância crítica, a paridade de participação (Fraser, 2010) é alcançada pela composição de um sistema em que a informação é produzida e difundida por diferentes atores que disfrutam, individualmente, do mesmo nível de credibilidade e reconhecimento. Assim como cada tipo de tecnologia faz sentido de acordo com o contexto em que é aplicada, cada meio de comunicação tem sua importância porque integra um processo de definição de enquadramentos, que orienta a constituição e a transformação permanente da ordem social.

Dissonância solidária

Em Nova Olinda, Ceará, o comunicador Aécio me disse, durante uma visita de campo de outubro de 2013, que quando eles começaram a operar a televisão comunitária da Fundação Casa Grande, atingiram imediatamente um enorme sucesso. Segundo ele, “as pessoas começaram a se ver”. O jornal Voz do Lapenna, em São Miguel Paulista, na cidade de São Paulo, estava em processo de

transformação em 2014, no momento da visita de campo. A comunicadora Katia explicou que, num dado momento, a equipe decidiu transformar a publicação em uma fonte de educação e elucidação sobre políticas públicas, direitos e outras informações importantes para a comunidade. Ela relatou uma reação imediata do público do jornal.

As pessoas começaram a reclamar porque não se viam mais no jornal. Então, começamos a pensar em soluções para responder a essa demanda. As pessoas gostam do jornal, querem recebê-lo. Nós constatamos isso quando saímos para distribuí-lo pelas ruas – porque ele é distribuído manualmente – e a pilha de jornais desaparece antes de chegarmos ao fim da rua. As pessoas se sentem representadas, aprendem, mas querem se ver. O jornal é mais legítimo quanto mais fazemos *com* os moradores e não *para* eles (Katia, jornalista do Núcleo de Comunicação Comunitária São Miguel no Ar, 2014 – grifo meu).

A dissonância solidária também diz respeito à disponibilidade e diversidade de informações como premissa para a justiça democrática. Mas a principal preocupação, nesta categoria, é o reconhecimento dos informantes como quem eles/elas são, como iguais na plenitude de sua diferença. A antropóloga sérvia Jelena Vasiljević discute em que medida a solidariedade pode ter um caráter político (Vasiljević, 2016). Ela recupera abordagens que estabelecem a solidariedade como um ato que ocorre entre atores com objetivos semelhantes, em paralelo a outras mais recentes, que apresentam a solidariedade como uma compensação para aliviar as consequências das formas de governança capitalistas e neoliberais. Nenhuma dessas concepções carrega um caráter transformador. Estabelecendo uma distinção entre solidariedade e caridade, Vasiljević defende uma compreensão da solidariedade como uma ação social que implica um princípio de igualdade, que implica o reconhecimento dos outros como iguais e/ou o reconhecimento de seus direitos independentemente das diferenças identificadas.

Seguindo essa ideia, na dissonância solidária, a preocupação é preservar e destacar a diversidade de identidades e experiências, gerando reciprocidade e solidariedade entre os diferentes. É a coexistência de melodias, mencionada na ideia de polifonia de Miguel (2014). Os comunicadores populares insistem na importância de estabelecer uma situação de simetria estatutária entre os cidadãos, apesar dos lugares onde moram, de sua cultura ou de suas origens. Nesse sentido, a coexistência precede a informação. Todas as vozes importam porque todos os seres são importantes.

Para tornar a dissonância útil para a mudança social, é necessário ir além do pensamento crítico; é preciso existir ação comunicativa além do conteúdo informacional, deve haver solidariedade como engajamento com o interlocutor. A associação entre solidariedade e dissonância pode representar um paradoxo, mas a primeira é necessária para reconhecer as situações injustas representadas na informação dissonante e para impulsionar a mudança. Dean inicia uma de

suas reflexões sobre o capitalismo comunicativo perguntando por que o grande volume disponível informações não é suficiente para desencadear algumas transformações (Dean, 2005). A falta de solidariedade pode ser a resposta.

Nesse sentido, é relevante recuperar o conceito de mobilidade significativa desenvolvido pela antropóloga de mídia britânica Jo Tacchi (2014), particularmente em sua dimensão de determinismo cognitivo. Ela destaca o papel dessa dimensão no trabalho de pesquisadores que estudam o uso de tecnologias em projetos de desenvolvimento, desafiando a forma como as questões e categorias analíticas são enquadradas, assim como as reflexões decorrentes desses quadros. No contexto da dissonância solidária, o determinismo cognitivo é também uma dimensão importante, na medida em que os comunicadores populares reivindicam a construção de outros significados para os grupos e mobilizações sociais, o que exige quadros editoriais renovados que vão além dos tradicionais valores informacionais. A dissonância solidária deve produzir mais do que informação, destacando e valorizando a construção de conhecimentos.

Esta perspectiva pode ser analisada sob duas reflexões complementares. A primeira se associa ao trabalho desenvolvido pelo sociólogo português, Boaventura de Sousa Santos, sobre as linhas abissais como um sistema de distinções visíveis e invisíveis (Sousa, 2007). A segunda se refere ao conceito de interculturalidade do filósofo cubano Raúl Fornet-Betancourt, em que o saber é considerado mais importante do que o conhecimento e, conseqüentemente, do que a acumulação ou circulação de informação (Fornet-Betancourt, 2001). Em ambas abordagens, há uma referência sobre a coexistência.

Uma linha abissal divide a realidade do mundo entre as ideias construídas de existente e inexistente. O inexistente torna-se invisível, é excluído por não seguir as regras do existente, do regulado, do normalizado. Sousa Santos argumenta que não há possibilidade de “co-presença” enquanto se estabelecem linhas abissais, porque o outro não pode ser incluído e, portanto, “não há possibilidade de solidariedade” (Sousa Santos, 2017). Para ele, a intervenção estrangeira e as elites locais são os dois principais agentes que transformam essa prática em um ciclo, em que as fronteiras são constantemente renovadas ou criadas para manter o desequilíbrio (idem). Eles também trabalham para manter as linhas invisíveis, de modo que as distinções sejam consideradas naturais.

A crítica a esse modelo epistemológico excludente também está no centro do conceito de filosofia intercultural, formulada por Raúl Fornet-Betancourt. Para ele, o conhecimento intercultural “contribui para descobrir que a universalização não significa a expansão da tradição, mas principalmente o diálogo com o dos outros” (Poché, 2001: 6). Tratam-se de contradições e conflitos, de ver o outro como autor e não apenas como objeto de narrativas autorizadas. A dissonância solidária desafia a dominação por um único modelo de racionalidade e o julgamento de diferentes tipos de conhecimento a partir de uma única visão de mundo.

O conceito de dissonância solidária recupera a importância das perspectivas sociais e, portanto, da posição do falante no debate público. Dentro dela, dar voz não é suficiente, porque a uniformização do debate deliberativo se concentra na formação do consenso e não dá lugar à solidariedade. Coexistir é reconhecer a diferença e até mesmo a fragilidade do outro e, no entanto, tomar suas experiências e pensamentos como válidos para o debate e para a organização da sociedade.

Fornet-Betancourt fala de uma polifonia cultural que obriga a reconsiderar evidências do passado, do presente e do futuro, levando em consideração outras formas de sabedoria. Diferentemente da ideia de deliberação, a filosofia intercultural não busca a uniformização, mas o estabelecimento de um diálogo permanente entre diversas formas de conhecimento que podem ajudar-se mutuamente a viver melhor.

A filosofia intercultural faz pesquisa não para se chegar a uma ‘cultura comum’, mas para transformar as culturas por meio da interação, da troca, do diálogo e, assim, permitir a transformação das fronteiras culturais em ‘passagens sem qualquer controle aduaneiro’ (Poché, 2001: 11 tradução livre).

O conceito de ecologia de saberes, como descrito por Sousa Santos, dá uma boa representação deste projeto.

É uma ecologia, porque se baseia no reconhecimento da pluralidade de saberes heterogêneos (sendo um deles a ciência moderna) e nas interconexões sustentadas e dinâmicas entre elas, sem comprometer sua autonomia. A ecologia dos saberes baseia-se na ideia de que conhecimento é interconhecimento (Sousa, 2007: 27, tradução livre).

No caso das mídias populares, a ampliação de oportunidades de expressão é importante e necessária, mas a solidariedade vem da identificação da diversidade como fonte de saber, a partir do que Sousa Santos descreve como “justiça cognitiva” (Sousa Santos, 2007). Como para a transformação da filosofia, é um movimento que busca renovar a configuração da “cartografia epistemológica” (idem, p.9), “desses lugares que revelam a verdade” e suas próprias vozes, carregadas de memórias alternativas, consideradas até agora como periféricas” (Fornet-Betancourt, 2001, p.27).

Conclusões

Se a informação se torna uma espécie de mercadoria, cada elemento pode permanecer em seu lugar, enquanto diferentes perspectivas se movem sem desafiar os significados estabelecidos. A liberdade de expressão não inclui automaticamente qualquer compromisso relacionado a ouvir e a levar em consideração.

Em tempos de ruptura digital, as mídias populares se beneficiam da possibilidade de atingir públicos ampliados e isso pode ser considerado um avanço importante na capacidade de produzir dissonância. Desafiar narrativas com uma diversidade de argumentos aumenta as oportunidades de ampliar e aprofundar o pensamento crítico e, conseqüentemente, produzir ou apoiar a mudança social. Os resultados sugerem, no entanto, que a nova ordem social buscada pelos atores sociais que utilizam mídias em processos de mudança social combina transformações racionais e afetivas. Esses atores querem mudar os significados para mudar os relacionamentos.

Em uma democracia plena, há diversidade de modos de ser, pensar, sentir e se expressar, e essa diversidade é preservada e valorizada como uma contribuição importante para a constituição de uma ecologia do conhecimento. A dissonância leva, portanto, à coexistência e à solidariedade.

Referências bibliográficas

- Dean, J. (2005). Capitalismo Comunicativo: Circulação e o encerramento da política. *Culture Politics*, 1 (1), 51-74.
- Downing, J. D. (2001). *Radical Media: Rebellious communication and social movements*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Downing, J. D. (2016). Personal reflections on 50 years of radical media. *Journal of Alternative and Community Media*, 1, 7-9.
- Festinger, L. (1962, outubro). Dissonância cognitiva. *Scientific American*, 207 (4), 93-106.
- Fornet-Betancourt, R. (2001). *La philosophie interculturelle. Penser autrement le monde*. Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Habermas, J. (2006). Comunicação política na sociedade de mídia: a democracia ainda desfruta de uma dimensão epistêmica? O impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. *Teoria da Comunicação*, 16, 411-426.
- Hall, S. (2013). *O trabalho de representação*. Em S. Hall, J. Evans e S. Nixon, *Representation* (2a ed., Pp. 1-59). Londres, Reino Unido: Sage.
- Krotz, F., & Hepp, A. (2011). Uma concretização da mediação: como funciona a mediação e por que os “mundos mediados” são um conceito útil para a pesquisa empírica de mediação. *Empédocles: Revista Europeia para a Filosofia da Comunicação*, 3 (2), 137-152.
- Miguel, L. (2014). *Democracia e Representação. Territórios em Disputa*. São Paulo: Editora Unesp.
- Nardi, B. & O'Day, V. L. (2000). *Ecologias da Informação. Usando a tecnologia com o coração*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Ó Siochrú, S. (2016). *Da teoria à prática: o direito de se comunicar. Desenvolvimento de Mídia*, LXIII (1), pp. 6-9.
- O'Neill, O. (2009). Ética para comunicação?. *Revista Europeia de Filosofia*, 17 (2), 167-180.
- Peruzzo, C. (1998). *Comunicação nos Movimentos Populares*. Petrópolis: Vozes.
- Peruzzo, C. (2008). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comuna revisitados. *Reelaboraões no setor. Palavra Chave*, 11 (2).
- Peruzzo, C. (2016). La comunicación en los movimientos sociales y el derecho a la comunicación: Señales de un derecho de ciudadanía de quinta generación. *Commons*, 5 (2), 8-36.

- Pleyers, G. (2010). *Alter-globalização. Tornando-se Atores na Era Global*. Cambridge: Polity Press.
- Poché, F. (2001). Prefácio. Em Fornet-Betancourt, La philosophie interculturelle. *Penser autrement le monde* (pp. 5-17). Bilbao: Editorial Desclée de Brower.
- Rodriguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape. An international study of citizen's media*. USA: Hampton Press.
- Rodriguez, C., Ferron, B. e Shamas, K. (2014). Quatro desafios no campo da pesquisa de mídia alternativa, radical e cidadã. *Mídia, Cultura e Sociedade*, 1-17.
- Sousa, B. d. (2007). *Além do pensamento abissal: das linhas globais às ecologias dos saberes*. Revise .
- Tacchi, J. (2014). *Ser significativamente móvel: telefones celulares e*. Em J. (Servaes, Determinismo Tecnológico e Social (pp. 105-124). Lanham, MD: Lexington Books.
- Vasiljević, J. (2016). As possibilidades e restrições de se envolver a solidariedade na cidadania. *FILOZOFIJA I DRUŠTVO*, XXVII (2), 373-386.
- Waisbord, S. (2008). Preenchendo a divisão entre a imprensa e a sociedade cívica. Advocacia Cívica da Mídia como “Movimento de Mídia” na América Latina. Plenário II. *Painel Internacional de Divisões Globais* (pp. 105-116). Estocolmo: Nordicom Review.
- Young, IM (2000). *Inclusão e Democracia*. Nova York: Oxford University Press.

Revalorización cultural e identitaria de mujeres afrodescendientes e indígenas en radios comunitarias

Cultural and identity revaluation of afrodescendant and indigenous women in Latin America

Reavaliação cultural e de identidade de mulheres afrodescendentes e indígenas na América Latina

María Cruz TORNAY MÁRQUEZ

Universidad de Sevilla / cruztornay@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 163-178)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 28-02-2019 / Aprobado: 11-07-2019

Resumen

En este artículo se presentan resultados relacionados con la revalorización cultural e identitaria identificados en dos experiencias de radios comunitarias gestionadas por mujeres afrodescendientes de Venezuela e indígenas de la sierra central de Ecuador, pertenecientes a poblaciones excluidas tanto de la representación como del acceso a los medios de comunicación. Se toman como objeto de análisis las experiencias de la radio Avanzadora de Yoco y el programa Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir grabado en la emisora comunitaria Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE). En ambas experiencias se observa cómo el ejercicio del derecho a la comunicación a través de la radio comunitaria es utilizado de manera estratégica para el posicionamiento de elementos culturales invisibilizados en los medios de comunicación tradicionales, lo que permite la mejora de la autopercepción identitaria y el desarrollo motivacional.

Palabras clave: radios comunitarias; revalorización cultural; identidad cultural; mujeres indígenas; mujeres afrodescendientes

Abstract

This article presents results related to the cultural and identity revaluation identified in two experiences of community radios managed by Afro-descendant women -from Venezuela and indigenous women -from Ecuador, belonging to populations excluded from both, representation and access to media communication. The first of the experiences refers to the Avanzadora de Yoco, the only community radio in Yoco, located on the Güiria Peninsula, in the northeastern of Venezuela. The second refers to a communicative intervention with indigenous women in the province of Chimborazo, in Ecuador. The purpose of this intervention was to record the radio program Alli Kawsaipak Jampikuna / -Medicine for Good Living on the community radio Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE).

Keywords: community radios; cultural revaluation; cultural identity; indigenous women; Afrodescendant women

Resumo

O aEste artigo apresenta resultados relacionados à reavaliação cultural e identitária identificada em duas experiências de rádio comunitárias gerenciadas por mulheres afrodescendentes e indígenas. A primeira das experiências refere-se à estação de rádio Avanzadora em Yoco, a única rádio comunitária no município de Yoco, localizada na península de Güiria, na ponta nordeste da Venezuela, enquanto o segundo se concentra em uma intervenção comunicativa com mulheres indígenas da província de Chimborazo, nas terras altas centrais do Equador, e que teve como objetivo gravar o programa de rádio Alli Kawsaipak Jampikuna / Medicina para o Bem Viver, na estação de rádio comunitária Escolas Populares de Rádio do Equador (ERPE).

Palavras-chave: rádios comunitarios; reavaliação cultural; identidade cultural; mulheres indígenas; mulheres afrodescendentes

1. Introducción

La diversidad de experiencias comunicativas asociadas a los movimientos y clases populares en América Latina demuestra las potencialidades de la comunicación para la transformación social, la construcción de ciudadanía y la visibilidad de voces diversas. La ausencia de representación y acceso a los medios de comunicación tradicionales convirtió a los medios de comunicación comunitarios, con la radio comunitaria como medio popular por excelencia, en aliados de las luchas y demandas de aquellas organizaciones y movimientos que no encontraban representación en el espacio público. En este sentido, las emisoras comunitarias han desempeñado un papel fundamental para los pueblos y nacionalidades que sufren la amenaza de la homogeneización cultural evidenciada en los medios de comunicación y en los que se identifica la -invisibilidad de diversidades, estereotipo-tipificación y sobrerrepresentación de la blanquitud.

Coincidiendo con la emergencia indígena de la década los noventa (Bengoa, 2000), el derecho a la comunicación se posicionó como parte de las demandas de los pueblos y nacionalidades indígenas (Ramos, 2016). El acceso a los medios de comunicación tomó protagonismo como estrategia de fortalecimiento cultural e identitario (Hernández, 2013) que, en el caso de la utilización del propio idioma, colabora en el fortalecimiento de la lengua (Nava, 2015), el empoderamiento identitario (Cornejo, 2013) y en la reproducción de la tradición oral (Rivera, 2013). El acceso a la comunicación se convierte, por tanto, en una oportunidad para las poblaciones excluidas en la representación y acceso a los medios de comunicación, convirtiéndose así en dueños de sus mensajes (García-Mingo, 2016).

Tomando en cuenta la exclusión e -invisibilidad realizada por los medios de comunicación sobre determinadas poblaciones, pero también, las potencialidades del acceso a la comunicación para el fortalecimiento cultural e identitario, en este artículo se analizan dos experiencias de radios comunitarias gestionadas por dos grupos de mujeres pertenecientes a poblaciones sobre las que históricamente han recaído diversas formas de discriminación y violencia. Por una parte, se toma como referencia la emisora Avanzadora de Yoco, que surge como respuesta a una necesidad informativa percibida por un grupo de mujeres afro-venezolanas del municipio de Yoco (Estado Sucre, Venezuela) que, sin experiencia previa en la comunicación, son capaces de poner en marcha y gestionar la primera emisora comunitaria del municipio. Por otro lado, el programa radiofónico *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir* se presenta como el producto de una intervención comunicativa de capacitación

a mujeres indígenas de la sierra central de Ecuador grabado en la emisora comunitaria Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) y dirigido a la difusión de la medicina tradicional indígena entre la población kichwa de la provincia de Chimborazo.

El análisis de testimonios y la sistematización de la intervención comunicativa demuestran la utilización de la radio comunitaria como una estrategia de revalorización cultural e identitaria que, a su vez, permite el desarrollo motivacional de las comunicadoras y la mejora de la percepción y autopercepción identitaria.

2. Marco teórico

2.1. Violencia de representación en los medios: la construcción de la otredad

Los medios de comunicación participan en la construcción de sentidos comunes e imaginarios sociales, de manera que tienen una poderosa capacidad para imponer una determinada visión del mundo y construir y clasificar grupos sociales (Flachsland, 2003). La representación realizada por los medios se convierte en una forma de poder (Beverley, 2004) al construir categorías que reflejan y legitiman las relaciones de dominación. Stuart Hall identificó la construcción de estereotipos como práctica significativa de la diferencia racial que determina la construcción de la otredad y la exclusión (Hall, 2010). La representación como estrategia de poder permite a los grupos dominantes “el establecimiento de la normalidad a través de los tipos y estereotipos sociales” y, por tanto, establecer de forma exitosa “su hegemonía” (Dyer, 1997: 30). La representación del otro como estrategia de poder y la construcción de identidades a partir de categorías de exclusión constituye una violencia de la representación (Armstrong & Tennenhouse, 1989) sobre colectivos y poblaciones a los que les es negada la posibilidad de representarse a sí mismas. La negación de la capacidad de representación es una práctica de racismo que García-Mingo califica como uno de los “acontecimientos que más temen los miembros de los pueblos originarios: la desaparición de su ser y el olvido definitivo” (2014: 8)

El análisis de la representación realizada por los medios de comunicación evidencia una -invisibilidad de lo que Van Dijk denomina grupos minoritarios que son vistos por los medios como “poco «noticiables»” (2016). Desde una perspectiva de género, la -invisibilidad y estéreo-tipificación de las mujeres en roles tradicionales es identificada desde la década de los setenta (Tuchman, 1978) y, aún hoy, se convierte en un obstáculo para la -visibilidad igualitaria de las mujeres en el espacio público (GMMP, 2015). En el caso de los pueblos y nacionalidades indígenas, la construcción de estereotipos legitima y actualiza (Tornay y Oller, 2016) una jerarquía de clasificación racial moderno colonial (Quijano, 2000) que “coloca al indígena y todo lo referido a su significación y

contenido como inferior” (Rivera, 2013: 6) y que lo convierte en noticia en sucesos relacionados con hechos violentos (Tuyuc, 2013), lo que fomenta la insolidaridad de la población mestiza (Casaús, 2014).

2.2. Radios comunitarias y estrategias de resistencia cultural

La violencia de la representación llevada a cabo por los medios y la necesidad de contar con espacios propios de enunciación, hicieron que el acceso a los medios de comunicación se convirtiera en una demanda de los pueblos y nacionalidades indígenas en un contexto en el que la exigencia del respecto a la diversidad cultural y la gestión de la especificidad étnica se sumaron a otras demandas de orden económico y material (Bengoa, 2000: 25). El surgimiento de medios de comunicación indígenas en el continente se asocia, por tanto, con un vehículo de resistencia y de resistencia cultural (Castells i Talens y Montajo, 2013) frente a la amenaza de homogeneización cultural ejercida por instituciones como la enseñanza obligatoria (Conversi, 2012), pero- también, por los medios de comunicación.

La creación de “formas de autorrepresentación antes inexistentes” es observada por Ramos (2016) como una de las aportaciones de las radios indígenas a los procesos -de reconstitución de las comunidades (183). El acceso a la representación y a la palabra posibilita una serie de implicaciones, entre ellas, el hecho de que “ante sí misma, la imagen devuelta fue propiciando una autovaloración de la cultura propia y la constatación de que podía estar presente un medio antes reservado para la cultura dominante” (187). Recordemos que los medios de comunicación actúan como un canal prestigiador que sitúa en el espacio público lo que es digno de ser escuchado, visto, representado; por tanto, implica la revalorización de aquello que había sido silenciado -y subestimado por el poder.

La importancia de los medios de comunicación como estrategia de resistencia cultural queda demostrada en la organización de cumbres continentales de comunicación indígena del Abya Yala que, en su tercera edición celebrada en Bolivia (2016), dedicó un eje de trabajo al “Desafío de la Comunicación transformadora e intercultural como herramienta contra hegemónica y de lucha de los Pueblos Indígenas del gran Abya Yala (Continente Americano). Se advierte entonces el carácter instrumental que adquiere la comunicación en un contexto de luchas y resistencias en el que queda implícita una disputa de sentidos -herramienta *contra hegemónica*- frente a un tipo de comunicación occidental, homogeneizadora y hegemónica.

Tomando en consideración el objetivo de transformación social que orienta a este tipo de medios -también llamados educativos, participativos, populares-, es pertinente preguntarse por la participación como sujetos comunicativos, por parte de mujeres racializadas y -subordinadas es decir, por las más excluidas entre los excluidos, por las más -invisibles en los medios de comunicación.

Líderes indígenas como la ecuatoriana Mónica Chuji, reconocen el desafío que supone la participación de mujeres en los medios de comunicación al enfrentar obstáculos: “por un lado, es la relación frente a la sociedad externa al Estado y a los mismos medios masivos, y por el otro es la relación al interior de la comunidad y la organización” (2006: 287). Por ello, se hace pertinente desde la investigación social mirar atentamente hacia aquellas experiencias de mujeres comunicadoras que acceden a espacios tradicionalmente vetados para convertirse en autoras de sus propias narraciones.

3. Metodología

En este artículo se presentan los resultados relacionados con la revalorización cultural e identitaria identificados en la investigación de tesis doctoral de la autora del artículo que tenía como objetivo general:

comprender y analizar los procesos de acceso y ejercicio del derecho a la comunicación en dos experiencias comunicativas de mujeres afrodescendientes e indígenas en radios comunitarias e identificar aquellos elementos que puedan obstaculizar o potenciar el proceso de apropiación comunicativa.

Para ello se tomaron como referencia dos experiencias de radios comunitarias gestionadas por mujeres afrodescendientes e indígenas. La primera de las experiencias se refiere a la emisora Avanzadora de Yoco, la única radio comunitaria del municipio Yoco, situado en la península de Güiria, en el extremo nororiental de Venezuela, mientras que la segunda se centra en una intervención comunicativa con mujeres indígenas de la provincia de Chimborazo, en la sierra central de Ecuador, y que tuvo por objeto la grabación del programa radiofónico *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir* en la emisora comunitaria Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE).

Aún tratándose de dos contextos y poblaciones disímiles, las dos experiencias comparten rasgos coincidentes que permiten establecer relaciones de análisis, entre ellas: la pertenencia a grupos en los que se manifiestan situaciones de exclusión y discriminación, entre los que se encuentra la estigmatización o -subestimación de la lengua hablada por las participantes; acceso al ejercicio al derecho a la comunicación en emisoras radiofónicas, sin haber contado con experiencia práctica o formación académica en el área de la comunicación; y el desarrollo de las experiencias en países en los que han existido un reconocimiento legislativo del derecho a la comunicación y medidas de acción afirmativa dirigidas a la participación de nuevos actores comunicativos.

La investigación se llevó a cabo en dos fases diferenciadas, entre marzo y octubre de 2013 para la fase de Venezuela, y entre noviembre de 2014 y agosto de 2016 para la fase de Ecuador. En la primera de las fases se realizó una entrevista

semi-estructurada grupal con las participantes más activas de la emisora Avanzadora de Yoco, después de una trayectoria de emisión de tres años. En la entrevista grupal participaron seis mujeres afrodescendientes de entre 18 y 45 años que, a excepción de la más joven, habían accedido a la educación en la etapa adulta a través de las misiones educativas. Ninguna contaba con formación o experiencia en comunicación de manera previa a la gestión de Avanzadoras de Yoco. Todas ellas colaboraban de manera voluntaria en la emisora y la mayoría participaba en espacios de organización comunitaria. En la entrevista grupal semi-estructurada se plantean tres cuestiones centrales: identidad y auto-reconocimiento como mujeres afrodescendientes; percepción de los medios de comunicación de masas; gestión y participación en la emisora Avanzadora de Yoco, en relación al ejercicio del derecho a la comunicación y el significado del proceso en sus vidas y en el ámbito comunitario.

En la fase de Ecuador, se lleva a cabo el diseño, implementación y sistematización de un proyecto comunicacional gestionado y dirigido por mujeres indígenas de la provincia de Chimborazo, en la sierra central de Ecuador, que permitiera el aprendizaje y desarrollo de las capacidades necesarias para el ejercicio del derecho a la comunicación. En esta intervención participan once mujeres de entre 32 y 65 años, sin experiencia previa en el ámbito de la comunicación. La mayor parte de las participantes pertenece a la organización de medicina ancestral Corporación de Taitas y Mamas y se ocupan en temas relacionados con la curación y sanación ancestral andina. Como propuesta metodológica dirigida a la obtención y análisis de resultados, se escogió la sistematización de un proyecto de intervención Tapella (2009).

La intervención comunicativa se construyó a partir de una capacitación de diez sesiones semanales de tres horas de duración aproximadamente. Mediante la elaboración de un diagnóstico de la situación en las comunidades con las técnicas del árbol de problema y árbol de soluciones, se identificó un déficit de acceso a los centros de salud públicos y la pérdida del conocimiento de la medicina tradicional por la ausencia de interés en trasladarlo a las siguientes generaciones. A partir de todo ello, las participantes decidieron que la capacitación debía tener por objeto la grabación de un programa de radio bilingüe -kichwa-castellano- sobre salud y medicina ancestral denominado *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir*.

4. Resultados y discusión

En las dos experiencias comunicativas se identifican elementos asociados a la revalorización cultural de las poblaciones a las que pertenecen las comunicadoras y que se evidencian en tres elementos que toman protagonismo en el marco de la apropiación comunicativa: a) autopercepción identitaria excluida de los medios de comunicación tradicionales; b) utilización estratégica

del medio como forma de reivindicación cultural e identitaria; c) revalorización de lenguas -subestimadas a través de la oralidad del medio radiofónico.

4.1 Autopercepción identitaria excluida de los medios de comunicación tradicionales

El análisis de testimonios de las comunicadoras de la emisora Avanzadora de Yoco demuestra un orgullo identitario como mujeres afrodescendientes que se potencia en un contexto reciente de reconocimiento de las diferentes culturas y poblaciones que conforman la sociedad venezolana. En sus testimonios, las comunicadoras identifican su cultura como “buena”, de la que se sienten “orgullosas”, si bien algunas de ellas reconocen que se trata de una toma de conciencia identitaria impulsada por el contexto: “Yo realmente no sabía lo que era la identidad de nosotros ni la parte cultural. Ahora con la Revolución empecé a escuchar lo que era la afrodescendencia y me reconocí como afro (N.C.)”.

La autopercepción como población excluida de los medios de comunicación era uno de los elementos compartidos entre estas dos poblaciones que permitía establecer relaciones de análisis. En ambas experiencias se identifica una percepción de exclusión y discriminación asociada a la identidad como población que, en el caso de las mujeres afrodescendientes, se -cruza con una poderosa conciencia de género. Precisamente, y en coherencia, el género también está presente en los testimonios que evidencian el orgullo identitario: “Como dice Argelia Laya, somos discriminadas tres veces: por ser negras, por ser mujer y por ser pobres. Ahorita somos respetadas tres veces y un poquito más” (J. G.).

Efectivamente, no es posible distinguir el género de la raza -y viceversa- en las experiencias discriminatorias. Para el caso de los medios de comunicación, la identidad de estas mujeres afro-venezolanas se convierte en la alteridad no representada en unos medios de comunicación que privilegian la blanquitud como estándar de belleza. Para las comunicadoras, las mujeres presentadoras [debían tener] “un físico que para ellos es el físico bonito, con la piel blanca, rosada, transparente, no podía ser una morena” (J.G.). Las mujeres sanadoras de Ecuador comparten la conciencia de alteridad no representada, sin que la cuestión de género tome protagonismo. Para las comunicadoras, la ausencia de representación de mujeres indígenas en los medios se enmarca y explica por el pasado reciente de servidumbre que impedía a la población indígena el acceso a la educación y, por tanto, limitaba sus oportunidades.

La autopercepción excluyente evidenciada en los testimonios de las mujeres comunicadoras coincide con la -invisibilidad de poblaciones -subordinarias y la estereotipificación que Armstrong y Tennenhouse (1989) definían como violencia de la representación y que conduce, entre otras cuestiones, a la desaparición de referentes. Las comunicadoras se sienten parte de poblaciones que cargan sobre sí una historia de subyugación como consecuencia de procesos coloniales que implicaron el desplazamiento y la -subestimación de

aquellos elementos asociados a su identidad cultural. Es pertinente destacar la percepción en ambos grupos de la existencia de *un antes y un después* con el que se distingue un pasado de subyugación y un presente de acceso a derechos. En el caso venezolano, el hito señalado por las comunicadoras es el proceso iniciado con la llegada de Hugo Chávez como presidente, mientras que, para las sanadoras de Chimborazo, se trata del reconocimiento constitucional de derechos a partir de la década de los noventa. No obstante, los indicadores de desarrollo en el continente demuestran la existencia de amplias brechas sociales que evidencian la deuda histórica con los pueblos y nacionalidades afrodescendientes e indígenas, más aún, en el acceso a derechos y oportunidades por parte de niñas y mujeres (Del Popolo, 2017).

4.2 Utilización estratégica del medio como forma de reivindicación cultural e identitaria

La conciencia de exclusión mediática actúa en estos dos grupos como catalizador para la utilización estratégica del medio como forma de reivindicación cultural e identitaria. En ambas experiencias, el acceso a la radio es utilizado como medio de difusión y amplificación de una cultura que ha sido objeto de -subestimación, de la misma manera que lo han sido sus miembros. La centralidad del elemento cultural toma protagonismo desde el inicio de los proyectos: Avanzadoras de Yoco toma el nombre de la afro-venezolana Juana Ramírez, líder de la independencia conocida como “La Avanzadora”, que conecta, a su vez, con el rol político y el compromiso de las comunicadoras en su comunidad. Las comunicadoras sanadoras de Ecuador eligen el nombre de *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir* como manifestación del carácter bilingüe del programa que tiene como objetivo la mejora de la salud de la población indígena-campesina que habita la sierra mediante la recuperación de conocimientos desvalorizados.

En la reivindicación cultural e identitaria de las comunicadoras afro-venezolanas gana protagonismo la auto-identificación como mujeres *cimarronas*, es decir, como descendientes y herederas de aquellos trabajadores esclavos que huyeron hacia las montañas para convertirse en población libre. La auto-identificación en la actualidad con el cimarronaje hace pensar la negritud no como posible categoría de opresión, sino como un término que lleva impreso connotaciones que remiten a la lucha y resistencia presentes en la cotidianidad de las comunicadoras:

Yo me reconozco afrodescendiente. (...) Ella [en referencia a su madre, J.G.] nos ha inculcado a valorar y apreciar nuestra cultura (...) He sabido de nuestros antepasados porque escudriñamos, leemos y hemos buscado nuestra historia y sé que los trajeron de África, que fueron esclavizados, pero también tuvieron la fuerza y el valor de luchar por su libertad que eso nos hace sentir orgullosos,

porque sabemos, si ellos pudieron, nosotros que somos la semilla que ellos dejaron sembrada aquí, también podemos (A.R.).

El criollaje es el rasgo identitario de una población con procedencias africana y antillana, un elemento que está presente en la gastronomía, la música, la artesanía, la organización territorial y, de manera profunda, la lengua y habla. La asociación de estos elementos a las clases más populares influyó para que la singularidad cultural de la población haya despertado escaso interés en las nuevas generaciones que, al igual que en el caso de la población kichwa de la sierra, evidencia un proceso de aculturación. Conscientes de la importancia de preservar su memoria como pueblo, la identidad cultural toma presencia en la emisora Avanzadora de Yoco con contenidos dirigidos a la divulgación de su historia, potenciando, a su vez, la faceta educativa de la radio comunitaria:

La radio ha sido un medio de comunicación, por medio de la radio hemos aprendido muchas cosas, por ejemplo, a concientizar hemos llamado a los jóvenes a que no pierdan su cultura, hablamos de nuestra cultura. En *Los caminos de nuestra hacienda* se habla de no perder esa costumbre y cultura que tenían nuestros antepasados. Por eso digo que es un medio de educación y comunicación, porque nos ayuda a estar más comunicados, más educados en muchas cosas que no sabíamos. Yo no sabía cuál era la responsabilidad de una radio, hoy sí lo sé, que por medio de la radio puedo invitarlas a defender nuestro derecho, a apreciar nuestra cultura y por eso yo pienso que es un medio de educación (A.R.).

El nombre del programa *Los caminos de nuestra hacienda* hace referencia a las extensiones de tierra que forman parte de la organización territorial de la comarca y en la que se produce cacao. El cultivo y producción de cacao adquiere un gran protagonismo como elemento identitario que ha estado presente desde la época de la esclavitud hasta la actualidad, ya que supone una fuente de ingresos para las familias que lo trabajan. La emisora permite la difusión de otro importante rasgo cultural como es la música calipso, un ritmo asociado a la población esclava afrodescendiente y que suena en las islas caribeñas que comparten un pasado común. Al igual que en otros territorios, la modificación de gustos en los más jóvenes está desplazando a músicas tradicionales que quedan relegadas a fiestas concretas, lo que se trata de revertir por parte de quienes defienden la protección de su cultura.

A lo largo de la intervención comunitaria en Ecuador no se identificaron testimonios que expresaran de manera explícita un sentimiento de orgullo identitario como los recogidos en la experiencia de mujeres afro-venezolanas. Sin embargo, la realización de un programa de radio para la difusión de la medicina ancestral/tradicional indígena se convierte en un núcleo fundamental de revalorización cultural e identitaria e, incluso, de disputa de sentidos hegemónicos que -subestiman los conocimientos de las poblaciones -subordinadas. Como en el caso venezolano, la existencia de un contexto de

reconocimiento de la pluralidad -por supuesto, con contradicciones- respalda, e incluso, ampara, la medicina ancestral en dos aspectos: las prácticas sanadoras -ocupación de las comunicadoras- frente a las acusaciones de estafa y brujería; y la oportunidad de fortalecer unos conocimientos que corren el riesgo de desaparecer ante la falta de interés en transmitir este legado a las siguientes generaciones.

La experiencia comunicativa *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir* se convierte en un canal estratégico para la revalorización de la identidad kichwa con el protagonismo de tres elementos: la medicina ancestral; la dieta andina; y la utilización del idioma kichwa. La revalorización de la medicina ancestral toma un especial protagonismo para quienes encuentran en este tipo de sanación una forma de vida; esto es, una oportunidad para contrarrestar las difamaciones que en algunos ámbitos pesan sobre prácticas en las que se emplean tés de hierbas, el huevo o las limpias como forma de curación. En los contenidos del programa piloto se hacía referencia a la importancia de la dieta andina como forma de prevención de enfermedades. Las comunicadoras defendían su eficacia poniendo ejemplos de la recuperación de la salud en pacientes que habían sustituido el consumo de alimentos refinados y azúcares, por alimentos tradicionales, como cereales, legumbres y tubérculos. Estos dos elementos identitarios fueron clave en el desarrollo de motivación despertada por la intervención comunicativa en las participantes, ya que el guion se elaboró en base a sus experiencias de vida como conocedoras de estos saberes. La utilización del idioma kichwa actuó de manera transversal a lo largo de la intervención, ya que, unido a los dos elementos anteriores, favoreció la seguridad y fluidez ante el micrófono.

4.3 Revalorización de lenguas subestimadas a través de la oralidad del medio radiofónico.

La oralidad del medio radiofónico determina el protagonismo que adquiere la presencia de lenguas y hablas¹ en las experiencias radiofónicas de Avanzadora de Yoco y *Alli Kawsaipak Jampikuna* para convertirse en eje central del proceso de revalorización cultural e identitaria asociado a las emisoras comunitarias. Al igual que sus hablantes, las lenguas asociadas, en este caso, a la población afrodescendiente de la península de Güiria y a la población indígena kichwa de la sierra central de Ecuador, han sido motivo de subestimación y desprestigio para sus hablantes que, incluso, resolvieron la no transmisión de la lengua a las siguientes generaciones como forma de protección.

La población afrodescendiente de Yoco conserva rasgos del *patuá* o *patois*, un criollo francés hablado por los esclavos descendientes de africanos y

1 Se realiza la distinción siguiendo a la Real Academia de la Lengua (RAE) que define lengua como "el sistema lingüístico considerado en su estructura" y el habla como la "realización lingüística por oposición a la lengua como sistema".

que, por tanto, se convierte en la lengua asociada a la población trabajadora afrodescendiente. Mientras que el español se consolidó como lengua dominante y -prestigiosa en el espacio público, el patuá cayó en desuso como lengua, pero impregnó de rasgos² el castellano utilizado por las clases populares que actúan como marcadores de estigmatización e subestimación de sus hablantes. Como expusieron las comunicadoras, su habla había sido objeto de burla y era habitual que sus expresiones fueran censuradas y corregidas en público. Sin embargo, la asociación intrínseca de la lengua con la identidad cultural permitió la apreciación del habla y la superación de complejos: en el proceso de autorreconocimiento y revalorización cultural como población afrodescendiente, la lengua se convirtió en motivo de orgullo y reivindicación de su legado afrocaribeño:

Anteriormente, yo me sentía avergonzada cuando era muchacha porque se burlaban de uno, le decían a uno que no sabía hablar. Hoy en día, después de que estudié cultura, que he estado en la Revolución, cuando alguien me dice que no sé hablar, yo le digo, yo estoy hablando perfectamente (...) En lo personal me siento contentísima y adoro mi fonética y me reconocen por mi voz. Creo que mi voz es bien bonita, pero antes decían que mi voz era fea y yo me lo creía. Ahora grabo y me escucho y veo que tengo un acento que no es normal en Venezuela y me siento orgullosa de mi acento (J.G.).

De pequeña que yo estoy estudiando me han corregido. Pero yo nunca me he sentido mal por como yo hablo, y me han corregido. Yo soy TCU Enfermería, cuando digo mal una palabra las licenciadas me corrigen, yo me sonrío, porque de mis orígenes no me avergüenzo, allá ellas, que como se avergüenzan, ellas tienen que hablar como los diccionarios que trajeron los españoles. Yo no, yo hablo como yo soy, criollita así, de aquí de Yoco (O.G.).

En Ecuador, el idioma kichwa se convierte en un rasgo identitario de importancia tal, que su aprendizaje en un sistema educativo intercultural y bilingüe se convirtió en una de las principales luchas del movimiento indígena desde mediados del siglo XX. El idioma ha sido una cuestión central en la resistencia cultural e identitaria (Chuji, 2006) y, al igual que en otros territorios del continente, la radio comunitaria se ha convertido en aliada por su emisión en lenguas originarias. Este es el caso de Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE), emisora en la que se grabó el programa piloto de *Alli Kawsaipak Jampikuna*. Fundada en 1962 por monseñor Leónidas Proaño, ERPE nace como radio educativa dirigida a la alfabetización de la población indígena-campesina de la sierra central de Ecuador. Su capacidad para llegar a los territorios más aislados mediante la amplitud modulada y la emisión de su programación en castellano y kichwa ha convertido a esta emisora en un referente para la

2 Como lengua criolla, en el patuá se observan préstamos de diferentes lenguas. La contribución de las lenguas africanas prevalece en la actualidad en la sintaxis que caracteriza y diferencia al castellano hablado en este territorio (Llorente, 1995).

población indígena de la sierra. El carácter intercultural de la emisora facilitó el desempeño de las participantes que prefirieron utilizar el kichwa por ser su primera lengua, por no hablar castellano o por considerar que era el idioma con el que debían dirigirse a sus potenciales oyentes. Ello, sumado a la selección de temas en los que eran expertas, fueron dos elementos fundamentales para despertar la motivación despertada por el programa de radio.

En ambas experiencias, el habla había sido señalado como uno de los rasgos que motivaban la percepción auto-excluyente de los medios de comunicación –“nosotras teníamos entendido que para tener una radio tenía que hablar bonito, tener un timbre de voz especial” (J.G.)-, en tanto que, como poblaciones -invisibles también sus lenguas y -dialectos lo habían sido. Por ello, la oralidad de la emisora comunitaria acaba con el silenciamiento de determinadas voces en el espacio público y que aquellas lenguas que habían sido ridiculizadas y censuradas, al igual que lo fueron sus hablantes, encuentren el canal legitimador y prestigiador que concede el medio de comunicación.

5. Conclusiones

A partir del análisis de las experiencias comunicativas Avanzadora de Yoco y del programa radiofónico *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir* se concluye que, en ambos casos, la radio comunitaria se ha utilizado de manera estratégica para la reivindicación cultural e identitaria por parte de dos poblaciones de mujeres no representadas en los medios de comunicación. En esta reivindicación adquieren centralidad y protagonismo aquellos rasgos culturales que han sido objeto de subestimación y discriminación por su asociación con estas poblaciones -subordinadas, como lo son la lengua, el idioma, o los conocimientos ancestrales.

La revalorización de elementos identitarios a través del medio radiofónico por parte de poblaciones excluidas de los medios de masas se convierte en el argumento conector de dos experiencias comunicativas heterogéneas. Aun partiendo de diferentes contextos y antecedentes, en los dos casos existe una conciencia colectiva de exclusión respecto a los medios de comunicación de masas que actúa como catalizador para el acceso al medio radiofónico. La conciencia colectiva en tanto *alteridad* determinó la oportunidad del acceso al medio y la centralidad de la cuestión cultural en sus contenidos, entre los que toman protagonismo los conocimientos de las comunicadoras sobre distintos elementos que conforman su cultura. En el caso de Avanzadoras de Yoco, el conocimiento más relevante es el referido a su pasado como pueblo afrodescendiente -con el *cimarronaje* como elemento clave- y las cuestiones culturales asociadas -gastronomía, música, etc.-, mientras que, en la experiencia de las sanadoras indígenas, son los conocimientos ancestrales de medicina indígena los que adquieren centralidad.

En Avanzadoras de Yoco se evidencia un proceso de reafirmación y orgullo identitario como población afrodescendiente que se produce en un contexto de revalorización de la diversidad social que conforma la sociedad venezolana. La recuperación de la memoria histórica como pueblo se identificó en el nombre de la emisora y en la programación dirigida a la divulgación de una cultura muy singular construida sobre el mestizaje, que sufre la amenaza de la aculturación. En el proceso de análisis se observó la importancia dada por las comunicadoras -en el dialecto, en tanto que habían sido referidas situaciones de ridiculización y discriminación por este hecho. La oralidad de la radio permitió la revalorización de la expresión cultural de un -dialecto que en otros momentos había actuado como marcador de discriminación. Se concluye, por tanto, la potencialidad de la oralidad de la radio como elemento prestigiador de hablantes tradicionalmente excluidos del espacio público.

La experiencia comunicativa *Alli Kawsaipak Jampikuna/ Medicina para el Buen Vivir* promovió la revalorización y recuperación de un elemento identitario históricamente -subestimado, como parte de las estrategias coloniales de dominación. En un contexto de reconocimiento de la interculturalidad, las comunicadoras utilizaron la emisora radiofónica para recordar a los oyentes indígena-campesinos conocimientos que sufrían la amenaza de ser olvidados, lo que permitía, además, legitimar su ocupación como sanadoras frente a las difamaciones.

En ambas experiencias, la posibilidad ofrecida por la radio comunitaria a las comunicadoras de expresarse de una manera que hubiera sido censurada en otros contextos facilitó su percepción como sujetos comunicativos, lo que determinó la potenciación del desarrollo motivacional. Adicionalmente, la revalorización cultural como población redundó en la mejora de la autopercepción, evidenciando un orgullo identitario de pertenencia al grupo.

6. Referencias bibliográficas:

- Armstrong, & Tennenhouse. (1989). *The Violence of Representation: Literature and the history of violence*. Londres: Routledge.
- Bengoa, J. (2000). *La emergencia indígena en América Latina*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Beverly, J. (2004). *Subalternidad y representación*. Madrid: Iberoamericana.
- Casaús, M. (2014). Las Expresiones de odio y racismo en la opinión pública guatemalteca durante el juicio por genocidio contra el general Ríos Montt. *Revista Interdisciplinaria*, Vol.1, No4, 97-120.
- Castells, I., Talens, A., & Montejo, Y. (2013). Formas cotidianas de resistencia cultural: La canción maya contemporánea en la Península de Yucatán. In G. Sánchez Medina, & N. García Meza, *Lenguajes de la cotidianidad* (pp. 171-203). Morelia: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Chuji, M. (2006). Los medios de comunicación indígenas al servicio de los derechos huma-

- nos y colectivos. El caso del Ecuador. In M. Berraondo, *Pueblos Indígenas y derechos humanos* (pp. 249-262). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Conversi, D. (2012). Nación, Estado y Cultura: por una historia política y social de la homogeneización cultural, Vol. 45. In *Historia Contemporánea* (pp. 43-481).
- Cornejo, I. (Año 10, no 19). La radio cultural indigenista en México: una revisión sobre temáticas emergentes. *Revista latinoamericana de ciencias de la comunicación*, 17-25.
- Del Popolo, F. (2017). *Los pueblos indígenas en América (Abya Yala): desafíos para la igualdad en la diversidad*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Dyer, R. (1977). *Queers and Film*. London: British Film Institute.
- Flachsland, C. (2003). *Pierre Bourdieu y el capital simbólico*. Madrid: Campo de Ideas.
- Garacia-Mingo, E. (2016). Imágenes y sonidos del Wall Mapu. El proyecto de descolonización del universo visual y sonoro del Pueblo Mapuche. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, no 35, 125-151.
- García-Mingo, E. (2014). Persiguiendo la Utopía: medios de comunicación mapuche y al construcción de la utopía del Wall Mapu. In *Anuario Deusto de Derechos Humanos* (pp. 161-184).
- Grosfoguel, R. (2013). Racismo-sexismo epistémico, universidades occidentalizadas y los cuatro genocidios/epistemicidios del largo siglo XXI. *Tabula Rasa*, no 1, 31-58.
- Hall, S. (2010). *Sin garantías*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Hernández, F. (2013). Política de comunicación indígena, características y compromisos. In O. León, *Democratizar la palabra Movimientos convergentes en comunicación* (pp. 37-51). Quito: ALAI.
- Llorente, M. (1995). El patois de Güiria: una lengua criolla del estado de Sucre. *Montalbán*, 7-22.
- Nava, E. (2015). Radio Totopo y sus jóvenes. Instituciones comunitarias y procesos de resistencia. *Antipoda*, no 23, 89-112.
- Quijano, A. (2000). Colonialidad del Poder y Clasificación social. Festschrift for Immanuel Wallerstein, part I. *Journal of World Systems Research*, V. XI: 2, summer/fall.
- Ramos, J. (2016). Radio, cultura e identidad: 10 Tesis sobre la radio indigenista mexicana. In C. Magallanes, & J. Ramos, *Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global* (pp. 179-193). Quito: CIESPAL.
- Rivera, T. (2013). *Prólogo*. En *Chirapaq, Racismo, medios de comunicación y pueblos indígenas*. Lima: SINCO Editores.
- Tapella, E. (2009). ¿Cómo aprender desde la práctica? Aproximaciones conceptuales y metodológicas para la sistematización de experiencias de desarrollo. In *Perspectivas em Políticas Públicas*, Vol. 2, no 4 (pp. 69-64). Bello Horizonte.
- Tornay, M., & Oller, M. (2016). Comunicación, Decolonialidad y Género: representación de la subalternidad desde una perspectiva feminista decolonial. In M. Oller, & M. Tornay, *comunicación, Periodismo y Género. Una mirada desde Iberoamérica* (pp. 77-98). Sevilla: Egregius Ediciones.
- Tuyuc, R. (2013). poer, racismo y medios de comunicación. In *Chirapaq, Racismo, medios de comunicación y pueblos indígenas* (pp. 15-19). Lima: SINCO Editores.
- Van Dijk, T. (2016). *Dominación étnica y racismo discursivo en España y América Latina*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Comunicação cidadã na Amazônia brasileira: em defesa das atingidas e dos atingidos pela Vale S.A

*Citizen communication in the Brazilian Amazon: in defense of those
affected and affected by Vale S.A*

*Comunicación ciudadana en la Amazonia brasileña: en defensa de las
afectadas y de los afectados por la Vale S.A*

Larissa PEREIRA SANTOS

Universidade Federal do Para / larissasantos.jornalista@gmail.com

Célia Regina Trindade CHAGAS AMORIM

Universidade Federal do Para / celia.trindade.amorim@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 179-194)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 01-03-2019 / Aprobado: 08-05-2019

Resumo

Este artigo centraliza as reflexões no âmbito da comunicação cidadã de movimentos sociais e organizações que trabalham em comunidades atingidas pela Vale S.A na Amazônia brasileira. Para isso, realizamos uma investigação teórico-metodológica da Rede Justiça nos Trilhos e seus processos comunicativos como ações importantes para o empoderamento de comunidades atingidas pela Vale S.A., nos estados do Pará e Maranhão, afetando a vida de mais de 100 comunidades brasileiras. A metodologia do artigo é de base qualitativa, e as contribuições teóricas de Freire (1983), Peruzzo (2005, 2009), Wolton (2010) e outros nos ajudam a reforçar a comunicação com um processo de interação social. Consideramos que a Rede Justiça nos Trilhos atua com a comunicação cidadã na perspectiva de empoderar os sujeitos para o reconhecimento e a defesa de direitos, para gerar transformações e agregar relações entre diferentes atores sociais.

Palabras chave: Comunicação e Cidadania; Comunidades; Amazônia; Rede Justiça nos Trilhos; Vale S.A.

Abstract

This article focuses the reflections on citizen communication of social movements and organizations that work in communities affected by Vale S.A in the Brazilian Amazon. For this, we carried out a theoretical-methodological investigation of the Justiça nos Trilhos and its communicative processes as important actions for the empowerment of communities affected by Vale S.A., in the states of Pará and Maranhão, affecting the lives of more than 100 Brazilian communities. The methodology of the article is qualitative, and the theoretical contributions of Freire (1983), Peruzzo (2005, 2009), Wolton (2010) and others help us to reinforce communication with a process of social interaction. We believe that the Justiça nos Trilhos works with citizen communication in the perspective of empowering individuals to recognize and defend rights, to generate transformations and to aggregate relationships among different social actors.

Keywords: Communication and Citizenship; Communities; Amazônia; Justiça nos Trilhos; Vale S.A.

Resumen

Este artículo centraliza las reflexiones en el ámbito de la comunicación ciudadana de movimientos sociales y organizaciones que trabajan en comunidades afectadas por la Vale S.A en la Amazonia brasileña. Realizamos una investigación teórico-metodológica de la Red Justiça nos Trilhos y sus procesos comunicativos como acciones importantes para el empoderamiento de comunidades afectadas por la Vale S.A., en los estados de Pará y Maranhão, afectando la vida de más de 100 comunidades brasileñas. La metodología del artículo es de base cualitativa, y las contribuciones teóricas de Freire (1983), Peruzzo (2005, 2009), Wolton (2010)

y otros nos ayudan a reforzar la comunicación como un proceso de interacción social. Consideramos que la Red Justiça nos Trilhos actúa con la comunicación ciudadana en la perspectiva de empoderar a los sujetos para el reconocimiento y la defensa de derechos, para generar transformaciones y agregar relaciones entre diferentes actores sociales.

Palavras-clave: Comunicação y Ciudadanía; Comunidades; Amazonia; Red Justiça nos Trilhos; Vale S.A.

1. Introdução

Partimos do pressuposto de que a comunicação é um processo de interação social e dialógico capaz de gerar transformação social. A partir dessa perspectiva crítico-reflexiva, localizamos a *Rede Justiça nos Trilhos* no âmbito da comunicação cidadã, como uma rede capaz de contribuir com o empoderamento de comunidades em torno da defesa de seus direitos que são afetados pela mineradora Vale S.A.

A *Rede Justiça nos Trilhos* surgiu durante o ano de 2007 em decorrência dos impactos negativos provocados por uma das maiores mineradoras do mundo: a Vale S.A. A presença da Vale S.A. na Amazônia brasileira, em outras regiões do Brasil e em outros países sempre foi permeada pelo discurso desenvolvimentista. Um discurso que desde a fundação da mineradora, em 1943, esconde uma série de violações de direitos vivenciadas por comunidades tradicionais, centros urbanos, camponeses, indígenas e quilombolas. O exemplo mais recente desse cenário negativo foi o rompimento de uma barragem de rejeitos de minério de ferro no estado de Minas Gerais, no Brasil. O segundo rompimento de barragem provocado no mesmo estado dentro de um período de três anos. Ambos contaram com a ausência de responsabilidade da mineradora Vale S.A. e o cumprimento de medidas de proteção ao meio ambiente e às pessoas.

Atualmente a *Justiça nos Trilhos* é uma das principais redes de comunidades e movimentos que tem atuação direcionada para o combate à violações de direitos humanos cometidos no âmbito das atividades de exploração mineral, especificamente pela Vale S.A. no Brasil. A Rede faz parte do contexto de surgimento dos novos movimentos que se organizam nas ruas e na internet para a promoção da cidadania. Segundo Castells (2015) “ao mesmo tempo, atores sociais e cidadãos individuais ao redor do mundo estão usando a nova capacidade de comunicação em rede para promover seus projetos, defender seus interesses e afirmar seus valores” (2015: 104).

Diante disso, o objetivo deste artigo é refletir sobre a importância da comunicação cidadã da *Rede Justiça nos Trilhos* em defesa de comunidades

atingidas pela Vale S.A., e na promoção de ações de cidadania nos estados do Maranhão e Pará.

2. Comunicação e movimentos sociais

Tendo em vista a organização da Rede Justiça nos Trilhos como sendo uma articulação comunicativa de comunidades e movimentos sociais que atua na Amazônia brasileira, destacamos um panorama de contribuições teóricas sobre os movimentos sociais e suas transformações na sociedade, bem como suas relações com práticas comunicativas.

Historicamente os movimentos sociais fazem parte das mudanças sociais e dos principais contextos de lutas e resistências. Mas cabe destacar que a partir da década de 1970, por ser um período no qual muitas ações sociopolíticas e tecnológicas aconteceram, há uma exigência de reavaliação teórica na área com novas categorizações (Melucci, 1989). Na Europa, o autor vai destacar que:

Autores como Touraine (1973, 1978) ou Habermas (1976) basearam suas análises numa abordagem “estrutural”, sistêmica, que atribuía as novas formas de conflitos e a formação de novos atores (além das lutas tradicionais na força de trabalho) às mudanças no capitalismo pós-industrial. (Melucci, 1989: 50).

Melucci (1989) destaca que o movimento social é uma das questões mais indefiníveis, esclarecendo que seus estudos sobre o tema têm a função de fazer diferenciações e não de demarcar conceitos. Melucci analisa a atuação dos movimentos sociais como “sistemas de ação que operam num campo sistêmico de possibilidades e limites [...]” (Melucci, 1989 52). Nesse sentido, o autor buscou entender as relações sociais de forma mais abrangente, os conflitos sociais que podem ser analisados dentro dessas relações e as interações entre os sujeitos. “Estudar os movimentos sociais significou para mim questionar a teoria social e lidar com questões epistemológicas tais como: o que é a ação social?” (Melucci apud Avritzer & Lyyra, 1994, p. 155).

Alain Touraine (1989) descreve esse cenário de transformações políticas e tecnológicas como “sociedade pós-industrial”, na qual as mobilizações passaram a ocorrer de forma cada vez mais generalizada. Com o desenvolvimento das comunicações e da informação, as relações entre as pessoas na sociedade se modificaram. Nesse sentido, aproximando-se de Melucci, Touraine (1989) reforça a característica da ação coletiva dos movimentos e o enfraquecimento da mediação dos partidos políticos.

A ideia, difundida pelo leninismo e de maneira muito mais extrema pela maioria dos movimentos nacionalistas e revolucionários do Terceiro Mundo, de que as reivindicações sociais precisam ser assumidas por um partido político para saírem da dependência em que se encontram parece já muito em atraso com relação à prática das sociedades industrializadas (Touraine, 1989, p. 8).

O sentido de coletividade dos movimentos é apresentado pelos autores como uma forma de mobilização frente aos conflitos sociais. Alain Touraine (1989) diz que as reivindicações passam a ser definidas em nome da existência de uma coletividade e não se limitam a um único papel social. Ou seja, o movimento social vai além da função de ser um agente de pressão política. A ideia de um sujeito coletivo, que não se limita mais a um poder político, é transformada historicamente pela atuação de um sujeito que busca afirmar direitos, conquistar a igualdade e a liberdade, independentemente de partido político ou de orientação religiosa.

Na América Latina, nos anos 70 do século passado, a construção de um paradigma sobre os movimentos sociais envolve uma série de fatores apontados por Gohn, (2014: 227): a diversidade de movimentos sociais; a hegemonia sobre outros tipos de movimentos; o surgimento de novos movimentos sociais; o destaque internacional dos movimentos populares; as ações da Igreja Católica em relação aos movimentos; a problemática dos imigrantes; a questão indígena como fonte de conflito; a questão do preconceito racial; a relação entre movimentos sociais e o Estado; a falta de integração social; a institucionalização de conflitos; a ideologia; a função dos partidos políticos; a criação de temáticas; a categoria dos intelectuais; a problemática das classes sociais; as articulações entre diferentes lutas; a questão agrária; as estratégias e táticas dos movimentos; a heterogeneidade; a especificidade; e a atuação de Organizações Não Governamentais.

Observando as contribuições da autora, para além de querer elaborar um conceito, é importante construir, entre outras questões, uma reflexão teórica apontando as diferenças entre movimentos sociais e outros grupos de interesse, modos de ação coletiva e ONGs.

Por sua vez, Boaventura de Sousa Santos (2013, p. 252), reforça o debate ao observar que é complexo localizarmos em um conceito e uma teoria sociológica únicos a diversidade dos novos movimentos sociais das últimas décadas. Para o professor, a maior novidade dos novos movimentos sociais está na possibilidade de que eles “constituem tanto uma crítica da regulação social capitalista como uma crítica da emancipação social socialista tal como ela foi definida pelo marxismo.” (2013 p. 253). E nesse sentido, Santos afirma que:

Ao identificar novas formas de opressão que extravasam das relações de produção e nem se quer são específicas delas, como sejam a guerra, a poluição, o machismo, o racismo ou o produtivismo, e ao advogar um novo paradigma social menos assente na riqueza e no bem-estar material da cultura e na qualidade de vida, os NVMs denunciam, com uma racionalidade sem precedentes, os excessos de regulação da modernidade (Santos, 2013: 253-254).

Nesse sentido, ao acompanharmos tais discussões teóricas importantes para as reflexões deste artigo, não situamos a *Rede Justiça nos Trilhos* dentro de uma denominação fechada de movimento social, a entendemos no processo

de envolvimento e articulação de resistência com diversos movimentos e comunidades, ou nas palavras de Boaventura de Sousa Santos: “testemunhos de emergência de novos protagonismos num renovado espectro de inovação e transformações sociais” (2013, p.251).

O próprio nascimento da *Justiça nos Trilhos*, ainda como uma campanha internacional indica a identificação e adesão de movimentos sociais já existentes e envolvidos com as temáticas da mineração que passaram a ser enfrentadas pela *Rede*. E, nessas articulações a comunicação se tornou estratégica para ampliar direitos e dar visibilidade a demandas da comunidade, bem como uma forma de gerar relações com movimentos e outros atores em escala global.

De acordo com Castells (2013, p. 162), “indivíduos entusiasmados, conectados em rede”, podem superar o medo e juntos lutar para fazer a mudança social. Assim, eles passam a agir de forma coletiva e consciente no enfrentamento dos problemas”. Segundo o autor, esses processos também são desencadeados por ações comunicativas. Ele cita o exemplo das articulações em rede que podem ser observadas entre os movimentos sociais.

São conectados em rede de múltiplas formas. O uso das redes de comunicação da internet e dos telefones celulares é essencial, mas a forma de conectar-se em rede é multimodal. Inclui redes sociais *on-line* e *off-line*, assim como redes preexistentes e outras formadas durante as ações do movimento. As tecnologias que possibilitam a constituição de redes são significativas por fornecer a plataforma para essa prática continuada e que tende a se expandir, evoluindo com a mudança de formato do movimento. (Castells, 2013: 164)

Assim como Castells, Paulo Freire (1983), também nos ajuda a entender a comunicação como uma possibilidade de transformação social com base em práticas cidadãs. As ideias de Freire têm como cerne a transformação e a emancipação dos sujeitos em contextos de injustiças e explorações. Essa característica pode ser identificada nos discursos e práticas da Rede Justiça nos Trilhos que tem como missão “fortalecer as comunidades ao longo do Corredor Carajás e denunciar as violações aos direitos humanos e da natureza responsabilizando Vale e Estado, prevenindo novas violações e reafirmando os modos de vida e a autonomia das comunidades nos seus territórios” (Justiça nos Trilhos, 2018).

A comunicação é então uma forma de relação, de existência, de estar no mundo. Com isso, podemos compreender as formas de denúncias e manifestações da *Rede Justiça nos Trilhos* como processos comunicacionais que buscam a afirmação de modos de vidas, de direitos e de sobrevivência. No *site* da *Rede* é possível identificar essa afirmação de modos de vidas e busca por direitos por meio das informações divulgadas no *menu* “comunidades” (Figura 1), que relata as dificuldades, impactos e resistências de diferentes territórios que são acompanhados pela *Justiça nos Trilhos*.

Figura 1 - Página no site da Rede Justiça nos Trilhos em 08 set. 2018.

Fonte: Justiça nos Trilhos, 2017a.

Ao analisar o papel da comunicação no contexto dos movimentos populares, Cicília Peruzzo (2005) cita as seguintes características: uso dos meios de comunicação a serviço dos interesses da população; novas fontes de informação; comunicação como processo de mobilização social; abertura para a participação ativa do cidadão; dentre outras. Podemos observar essas características presentes nas articulações da Rede Justiça nos Trilhos, pois trata-se de um ator que consegue divulgar assuntos relacionados aos contextos das populações atingidas pela Vale S.A. e de suas regiões nacional e internacionalmente.

Identificamos também o *site* da Justiça nos Trilhos e as suas redes sociais na internet como “novas fontes de informação”, capazes de denunciar assuntos que não são pautados na imprensa tradicional. São processos comunicacionais que buscam a emancipação dos sujeitos enquanto pessoas que têm demandas e interesses, questionamentos e opiniões para serem ouvidos e debatidos. Os pressupostos da cidadania, da educação e da contra-hegemonia ajudam a construir esses processos que ora são marginalizados, ora são criminalizados.

Portanto, as características apontadas por Peruzzo (2005), tão presentes em diversos movimentos sociais e grupos coletivos, são importantes para refletirmos sobre o papel dos atores envolvidos nos movimentos como promotores de ações comunicativas que buscam ampliar práticas de cidadania.

3. Comunidades: espaços de construção da cidadania

Pinsky e Pinsky (2013) abordam a cidadania como um processo que tem início com o estabelecimento de lutas e ideais e se modifica de acordo com os contextos políticos e culturais. Diz respeito, também, aos modos como os sujeitos se posicionam na busca por direitos. Os autores (2013) fazem um panorama sobre a cidadania em várias partes do mundo e esclarecem que no Brasil, a luta pela cidadania percorre contextos caracterizados por embates e mortes de pessoas.

Mouffe (2003) reforça a importância de entender a natureza da cidadania a partir de uma perspectiva “agonística”. Neste caso, ela defende uma ideia de democracia radical que pode se estabelecer na sociedade mediante a criação de espaços que permitam a confrontação, a discussão, o embate político, entendendo o outro como adversário e não como inimigo. Assim, deve-se considerar que as ideias do outro podem e devem ser confrontadas, mas o direito do outro expor tais ideias não deve ser apagado. Nesse processo há possibilidades de debates que ajudam a exercitar a noção de cidadania.

A autora (2015) explica que “o reconhecimento da dimensão conflituosa da vida social” é uma das condições necessárias para compreender o papel da política democrática. Para ela a tarefa da política democrática não é ter o consenso como objetivo central na superação das dicotomias entre os diferentes grupos sociais, mas “elaborá-las de uma forma que estimule o confronto democrático”. (Mouffe, 2015: 15)

O caráter conflituoso pontuado por Mouffe (2015) pode ser observado nas sociedades contemporâneas também por meio da comunicação. No caso específico dos nossos estudos, os conflitos existentes entre a mineradora Vale S.A. e comunidades atingidas desmistifica a possibilidade de uma sociedade sem adversários, sem embates, sem confrontos.

O discurso oficial da mineradora Vale S.A., que apresenta a empresa como próxima das populações afetadas, em “diálogo” e no exercício de ações “sustentáveis”, é contraposto pelas diversas comunidades e movimentos. Essas últimas encontram nas suas relações comunicativas oportunidades de denúncias. Neste caso incluímos a *Rede Justiça nos Trilhos*.

Ao pontuarmos a característica dos sujeitos que fazem a *Rede* como uma articulação comunicativa de comunidades, movimentos sociais, entidades, sindicatos, organizações, pesquisadores, dentre outros, destacamos também a sua essência comunitária, tendo em vista que a base de suas formas de organizações acontece nos territórios, com diferentes grupos sociais e em busca da realização dos desejos desses. Posteriormente, essas organizações se ampliam por meio de diálogos e estratégias comunicacionais na internet e em redes de encontros nacionais e internacionais.

Nos estados do Maranhão e Pará, pertencentes à Amazônia brasileira existem 27 municípios que são cortados pela Estrada de Ferro Carajás (EFC) e que são atingidas pela exploração mineral. A estrada é de concessão da mineradora Vale S.A., usada para o transporte e escoamento de minérios, grãos e gás. Para o uso das populações que vivem ao longo da linha férrea há um trem de passageiros. Ao longo do percurso que afeta esses estados existem mais de 100 comunidades que têm seus direitos violados. Por isso são assessoradas pela *Rede Justiça nos Trilhos*.

São comunidades que se identificam como ribeirinhas, pescadores, quilombolas, indígenas, camponeses, assentados, etc. Muitas estão envolvidas em redes de movimentos sociais e fazem parte da *Justiça nos Trilhos*. Além

dessas populações, que em sua maioria localizam-se em áreas rurais, a EFC atinge centros urbanos e distritos industriais. Destacamos também os próprios movimentos sociais a partir de uma concepção de comunidade, com base nas suas relações e formas de organizações na sociedade.

Cada uma dessas comunidades apresenta modos de vida, formas de resistências e de lutas contra os impactos da mineração, elas congregam semelhanças e afinidades. Mas esse ambiente também é permeado por tensões, conflitos, diferenças e por um intenso processo de busca por cidadania, já que são comunidades que se reconhecem enquanto atingidas e lutam por direitos. Essas são características citadas por Peruzzo (2009) como estruturantes para o sentido de comunidade.

O sentimento de pertença, a participação, a conjunção de interesses e a interação, por exemplo, são características que persistem ao longo da história, enquanto a noção de lócus territorial específico como elemento estruturante de comunidade está superada pelas alterações provocadas pela incorporação de novas tecnologias da informação e comunicação. Sem menosprezar que a questão do espaço geográfico continua sendo um importante fator de agregação social em determinados contextos e circunstâncias. (Peruzzo, 2009: 57)

Com base nas reflexões acima e considerando a perspectiva da própria denominação que os sujeitos da *Rede Justiça nos Trilhos* nos apresentam, como sendo uma articulação de comunidades e movimentos sociais atingidos pela Vale S.A., investimos na noção de comunidades para avançarmos no entendimento das ações de comunicação cidadã da *Justiça nos Trilhos*. Seria contraditório partir de uma nomenclatura atribuída por nós para depois buscar entender as formas de organizações e articulações comunicativas da *Rede*, o caminho é inverso, são os próprios sujeitos sociais que evidenciam uma necessidade de refletir sobre a noção de comunidade, já que a *Rede* se caracteriza como tal.

Essa reflexão é necessária para pensarmos as comunidades como espaços plurais construídos por sujeitos sociais. Nos leva a entender as comunidades como lugares de produção de conhecimentos, cultura e política, essenciais para a construção de diálogos, embates e práticas cidadãs.

4. Justiça nos Trilhos: articulações de comunidades em defesa da cidadania

Com a compreensão das conjunturas política e social que envolvem as atividades de mineração, a *Rede Justiça nos Trilhos* se tornou uma articulação de comunidades, movimentos sociais, sindicatos, associações, entidades, grupos de pesquisa, dentre outros. Em sua página do *site* está exposta a seguinte mensagem, que registra as motivações para a agregação de diferentes atores:

Se hoje nos unimos, é porque já conhecemos de perto o que existe para além da propaganda da Vale. Se nos articulamos, trocamos experiências e lutamos em conjunto, é porque percebemos que por detrás do discurso da empresa está a sua agressividade e seu poder destrutivo. Sabemos, por exemplo, que o papo de “sustentabilidade” tenta esconder os irreversíveis impactos causados ao meio ambiente; que a história de “responsabilidade social” é contada para ocultar o desrespeito aos direitos das comunidades atingidas pelos empreendimentos da Vale; que a divulgação da imagem de funcionários satisfeitos não apaga o desrespeito a leis trabalhistas nem a intransigência e a arrogância no trato com trabalhadores sindicalizados. (Justiça nos Trilhos, 2017b)

A descrição “quem somos”, apresentada no *site* da *Rede Justiça nos Trilhos* expõe a diversidade dos atores sociais envolvidos no contexto da mineração na Amazônia e em outros países onde a Vale S.A. atua; os fatores que os unem no reconhecimento e defesa de direitos, bem como a identificação dos conflitos causados pela mineradora.

Os estudos de Freire (1983) se tornaram importantes para as nossas reflexões, já que estamos falando de um contexto permeado por desigualdades e opressões em comunidades tradicionais, populares e periféricas. Mesmo estando em um período histórico diferente daquele em que as obras do educador foram escritas, acreditamos na sua relevância para entender nosso universo, hoje, e para nos lançarmos ao desafio da crítica social.

Freire (1983) defende a comunicação como diálogo, uma ação construída entre sujeitos ao se conhecerem. Segundo o autor, o encontro é o eixo central para a realização do diálogo, o que dá sentido à existência dos sujeitos no mundo. Ao se caracterizar como uma rede de atores diversificados que busca romper com o silenciamento de vozes, com o apagamento de culturas e modos de vidas, a *Rede Justiça nos Trilhos* se aproxima das reflexões de Paulo Freire.

Ele defende o ato de comunicar como uma ação praticada a partir do encontro de sujeitos que buscam marcar “a significação dos significados”. Assim, a comunicação estabelece um ideal de pertencimento a um espaço entre sujeitos, uma reciprocidade entre eles e a capacidade de lutarem para serem ouvidos diante de contextos de dominação e hegemonia.

Uma concepção humanista da comunicação também é defendida por Dominique Wolton (2010), que confere complexidade, assim como Freire, ao modo de pensar a comunicação, “tendo a troca como horizonte de toda experiência humana e social” (Wolton, 2010, p. 20). Reforçando o nosso posicionamento, ele também afirma que sua compreensão de comunicação tem a ver com tempo, respeito e confiança. Portanto, pensamos em comunicação como relação de troca, de confiança, de conflito, de respeito, de afeto, de amor, de laços, de aprendizagem e de tensões.

Por meio da *Rede Justiça nos Trilhos* os impactos diários provocados pela exploração mineral sobre as vidas das pessoas são denunciados, enfatizando modos de vida e as transformações na rotina de centenas de comunidades

advindas com o Programa Grande Carajás nos estados do Maranhão e Pará. São ações e reflexões cidadãs sobre as suas realidades.

De acordo com a *Rede*, “de 2010 até 2017 ocorreram 39 mortes por atropelamentos ao longo de toda a ferrovia” (Justiça nos Trilhos, 2018, p. 6). Dados que justificam a ineficiência das passagens construídas pela mineradora nas comunidades e a falta de responsabilidade com a segurança das pessoas afetadas pela EFC. Esses registros ainda podem ser maiores, já que muitos acidentes não são contabilizados oficialmente.

Com a implantação da Estrada de Ferro Carajás, as comunidades são impedidas de ir e vir nos horários determinados pelas suas necessidades, e muitas vezes têm que esperar o horário do trem para se deslocar de um lugar a outro. Assim, direitos violados tornam-se práticas cotidianas adicionadas à normalidade dessas comunidades.

As práticas comunicativas da *Rede Justiça nos Trilhos* ampliam a cidadania na medida em que eles reconhecem uma série de impactos negativos implantados de forma hegemônica sobre os seus territórios e passam a lutar por melhores condições de vida. Segundo Peruzzo (2005, p. 13), com isso eles também colaboram para a transformação social de importantes segmentos da população.

Interessante notar que incorporam ainda a noção de dever de cidadania, pois tais organizações coletivas se vêm imbuídas do propósito de contribuir para a melhoria das condições de existência de segmentos populacionais excluídos, em geral visando suprir carências que o poder público não consegue atender, ou não quer atender. (Peruzzo, 2005: 13)

A característica da luta coletiva, do valor da agregação entre diferentes pessoas torna-se essencial diante das estratégias utilizadas pela empresa Vale S.A. Os atores que estão à frente das organizações e dos movimentos não são capazes de resolver todos os problemas, mas o ambiente mobilizador que se forma já é um resultado positivo. É o que pode ser exemplificado pelas notícias em destaque no *site da Rede Justiça nos Trilhos*.

Figura 2 - Notícias em destaque no site da Rede Justiça nos Trilhos em 08 set. 2018



Trem da Vale atropela e mata lavrador em Buriticupu

O atropelamento ocorreu na comunidade Centro dos Farias zona rural do município Por volta das 21h, do dia 02 de maio, o trem de minério da Vale S.A, que fazia o trajeto Carajás/São Luis, atropelou o lavrador Antônio Batista Farias, de 38 anos, que devido ao impacto morreu ainda no local. Antônio era morador da [...]



Comunidades de Açailândia protestam e fazem valer seus direitos

O protesto durou 14 dias e teve seu fim após as comunidades terem suas pautas atendidas "Puxa, vai!" "Aqui, ajuda." "Traz a forquilha. Sobe a lona, vai, vai, vai!" "É isso aí!" E assim os barracos foram armados para abrigar os moradores e moradoras das comunidades de Francisco Romão, João do Vale, Agropianalto, Boa Esperança [...]



Hydro polui Rio Murucupi e tira direitos dos moradores de Barcarena

"Eu aprendi a nadar sem medo no Rio [Murucupi]. Meu vó me jogava e eu voltava, ele me jogava de novo e eu nadava", conta entusiasmada Agata, de oito anos. Ela é filha de uma das 270 famílias de quilombolas da Comunidade Gibrê de São Lourenço, em Barcarena (município localizado no nordeste do Pará), afetadas [...]

Fonte: Justiça nos Trilhos, 2017a.

Segundo Mouffe (2015), a existência de uma natureza coletiva é importante para a construção de uma democracia radical que vai além do ideal de consenso e busca um confronto democrático. Essa "natureza de identidades coletivas" defendida por Mouffe (2015) abre precedentes para as relações em redes construídas no âmbito das comunidades e movimentos sociais atingidos pela Vale S.A. na Amazônia.

O trabalho da *Justiça nos Trilhos* se fortaleceu em 2009 com a participação no Fórum Social Mundial, uma rede de atores que comungam de interesses e características. E nesse sentido podemos apontar a participação da *Rede* em movimentos nacionais e internacionais como a Articulação Internacional das Atingidas e dos Atingidos pela Vale, Rede Brasileira de Justiça Ambiental, Observatorio de Conflictos Mineros em América Latina, dentre outros (Justiça nos Trilhos, 2018).

Um dos articuladores¹ da *Justiça nos Trilhos* nos descreveu que as relações em redes, sejam locais, regionais, sejam globais, sempre estiveram presentes nas estratégias da *Rede*, já que lidam com uma empresa que se define como transnacional. A partir de seus depoimentos, consideramos que se trata de um trabalho processual, que amadurece conforme o crescimento da organização coletiva, das mudanças de reações dos "adversários" e do aproveitamento de oportunidades. Uma dessas oportunidades foi o Fórum Social Mundial, em 2009.

1 Não mencionamos nomes para proteger a identidade das pessoas que fazem parte da rede.

As ações de comunicação cidadã em redes também fortalecem instrumentos importantes para o acompanhamento de casos mais complexos que envolvem empresas e populações afetadas, como por exemplo: espionagem em organizações e movimentos sociais, assassinatos de lideranças comunitárias e defensores de direitos humanos, chacinas, entre outros. Muitas ações de comunicação da *Rede Justiça nos Trilhos* alertam para esse sentido de denúncia e proteção às vítimas.

Comprovadamente, a espionagem já fez parte das ações da Vale S.A. e foi realizada por meio de uma área intitulada “Vigilância e Inteligência”, para aumentar o poder de dominação e controle sobre os indivíduos que não pactuam com as medidas da empresa, uma espécie de “laboratório de poder” (Foucault, 1987, p. 169). Denúncias mostraram um complexo sistema de espionagem que realizava escutas telefônicas sem autorização e conhecimento de funcionários e pessoas externas à própria empresa, como jornalistas e integrantes de movimentos sociais.

O sistema de espionagem da Vale S.A. também promovia a infiltração de pessoas (ligadas à empresa) em movimentos sociais e em comunidades. Esses fatos vieram a público durante o ano de 2013, por um ex-funcionário da empresa e constam em denúncias registradas no Relatório de Insustentabilidade da Vale, divulgado em 2015, pela Articulação Internacional das Atingidas e Atingidos pela Vale:

Em março de 2013, um ex-funcionário da Vale denunciou, ao Ministério Público e ao Senado Federal, o funcionamento da área de vigilância e inteligência da empresa. As informações revelam infiltração nos Movimentos dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST-RJ), no Assentamento Palmares (Pará), na rede Justiça nos Trilhos (MA-PA), na Prefeitura de Parauapebas (PA), na Câmara de Vereadores de Anchieta (ES). (Articulação Internacional dos Atingidos pela Vale, 2015)

Para dar visibilidade aos problemas vivenciados ao longo do Corredor de Carajás a *Rede Justiça nos Trilhos*, em parceria com diversos movimentos e organizações promovem eventos denominados de “Caravanas”. As caravanas reúnem pesquisadores, moradores de comunidades atingidas pela Vale e jornalistas, e realiza visitas a esses lugares, como nos assentamentos mencionados. Nesses espaços ocorrem trocas e diálogos de gerações, entre culturas e diferentes modos de vidas. São processos comunicativos que fortalecem a organização comunitária.

É nesse sentido que abordamos as motivações que ocasionaram o nascimento da articulação comunitária e as suas formas de lutas e resistências no contexto da mineração na Amazônia brasileira com as práticas comunicativas de cidadania da *Rede Justiça nos Trilhos*.

5. Considerações

Com base na exposição até aqui apresentada acreditamos que a *Rede Justiça nos Trilhos* atua com a comunicação cidadã na perspectiva de empoderar os sujeitos para o reconhecimento e a defesa de direitos, para gerar transformações e agregar relações entre diferentes atores sociais. A *Rede* representa uma articulação de comunidades e movimentos sociais que busca, pela comunicação cidadã, não só denunciar conflitos e impactos negativos, mas ter uma vivência baseada em processos de educação, com o envolvimento das comunidades. Nesse sentido explica Peruzzo (2005).

A participação popular nas experiências mais avançadas de comunicação comunitária representa um avanço significativo na democracia comunicacional. Ela é essencial das organizações populares porque pode se constituir na diferença que ajuda a ampliar o exercício da cidadania. A comunicação comunitária tem o potencial de contribuir para a ampliação da cidadania não só pelos conteúdos crítico-denunciativo-reivindicatórios e anunciativos de uma nova sociedade, mas pelo processo de fazer comunicação. Há uma relação dinâmica entre comunicação e educação que merece ser analisada (Peruzzo, 2005: 16)

As características da ação coletiva cidadã observadas pelas práticas comunicativas da *Justiça nos Trilhos* com as comunidades e movimentos sociais afetados pela Vale S.A, possibilitam uma organização de tais atores que passam a aproximar suas formas de resistências e enfrentamento aos impactos provocados pela mineradora Vale S.A. nos territórios. São redes de atingidas e atingidos que exercem a busca por direitos e ampliam ações cidadãs.

As lutas e resistências identificadas nos contextos da exploração mineral na Amazônia brasileira são relatados com a presença de características já pontuadas pelos teóricos mencionados neste artigo: a pluralidade, o encontro, o diálogo, a troca de saberes e a partilha de experiência. Essas ações são responsáveis por conquistas e reconhecimentos de direitos que são adquiridos para além de comunidades específicas, mas de um conjunto de atores.

A identificação da mineradora Vale S.A. como um adversário reforçou os estudos mencionados por Mouffe (2003) que aborda a busca por uma democracia radical baseada nas relações entre adversários e não inimigos. Uma questão que identificamos nos modos de atuações da *Justiça nos Trilhos*, caracterizados pelo diálogo, a conversa, e baseados em um posicionamento crítico e contestador. Manifestações que objetivam mudar não somente as realidades das comunidades atingidas pela Vale S.A., mas também o modo de atuar da própria mineradora.

Com isso, as abordagens teórico-metodológicas dos autores mencionados neste estudo nos possibilitam considerar que a *Rede Justiça nos Trilhos* tem uma história de busca pela visibilização de comunidades impactadas pela Vale S.A. na Amazônia brasileira, de relações com movimentos e atores sociais individuais diversos, de uso da comunicação como processo de construção de saberes,

reconhecimentos e construção de redes comunicativas de comunidades em âmbito local, nacional e internacional.

Referências bibliográficas

- Articulação Internacional dos Atingidos pela Vale (2015). *Relatório de Insustentabilidade da Vale 2015*. [S.L.]: Articulação Internacional dos Atingidos pela Vale. Disponível em: <https://goo.gl/zwrVZw>
- Avritzer, L. & Lyyra, T. (1994). Movimentos sociais, renovação cultural e o papel do conhecimento: Entrevista de Alberto Melucci a Leonardo Avritzer e Timo Lyyra. *Novos Estudos*, (40), 152-166.
- Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Castells, M. (2015). *O poder da comunicação*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freire, P. (1983). *Comunicação ou extensão?* Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Foucault, M. (1987). *Vigiar e punir: história da violência nas prisões*. Petrópolis: Vozes.
- Gohn, M. G. (2013). *Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneo*. Petrópolis: Vozes.
- Justiça nos Trilhos (2017a). *Justiça nos Trilhos*. Disponível em: <https://goo.gl/DCpWLk>
- Justiça nos Trilhos (2017b). Quem somos. *Justiça nos Trilhos*. Disponível em: <https://goo.gl/4z6SoA>
- Justiça nos Trilhos (2018). *Quanto vale a vida? Dados sobre atropelamento na Estrada de Ferro Carajás*. Açailândia: Justiça nos Trilhos. Disponível em: <https://goo.gl/HCDcEn>
- Melucci, A. (1989). Um objetivo para os movimentos sociais? *Lua Nova*, (17), 49-66.
- Mouffe, C. (2003). Democracia, cidadania e a questão do pluralismo. *Política e Sociedade*, (3), 11-26.
- Mouffe, C. (2015). *Sobre o político*. São Paulo: Martins Fontes.
- Peruzzo, C. (2005). Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 2(3), 18-41.
- Peruzzo, C. (2009). Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor. *ECO-Pós*, 12(2), 46-61.
- Pinsky, J. & Pinsky, C. B.(Org.). (2013). *História da Cidadania* (6ª ed.). São Paulo: Contexto.
- Santos, B. S. (2013). *Pela mão de Alice. O social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez.
- Touraine, A. (1989). Os novos conflitos sociais: para evitar mal-entendidos. *Lua Nova*, (17), 5-18.
- Wolton, D. (2010). *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina.

El Índice de Rentabilidad Social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana

*The Social Profitability Index of community radios, a tool for
strengthening citizen communication*

*O Índice de Rentabilidade Social das rádios comunitárias, uma
ferramenta para fortalecer a comunicação da cidadania*

Amal EL MOHAMMADIANE TARBIFT
Universidad de Málaga / amal.emt@uma.es

Lara ESPINAR MEDINA
espinarmedina@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 195-214)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 29-03-2019 / Aprobado: 11-07-2019

Resumen

El Parlamento Europeo ya expuso la necesidad de adoptar medidas de apoyo con el fin de garantizar una mayor pluralidad del sistema de medios y mayor participación de la ciudadanía. Con esta premisa y las recomendaciones de la UNESCO sobre la importancia de los indicadores para medir el correcto comportamiento de los medios audiovisuales, esta investigación evalúa las radios comunitarias usando el Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM). Una herramienta cuyo funcionamiento, ha demostrado su utilidad habiendo incidido en la mejora de los medios de proximidad. El IRSCOM valora las buenas prácticas que realizan estos medios, así como las posibles carencias que presentan con el objetivo de proponer mejoras.

Palabras clave: Radios comunitarias, IRSCOM, Ley Audiovisual de Andalucía, Derecho a la información, Democratización y Participación

Abstract

The European Parliament has already stated the need to adopt support measures in order to guarantee a greater plurality of the media environment and greater participation of citizens in the media. With this premise and the -UNESCO's recommendation on the importance of indicators to measure the correct behavior of audiovisual media, this study evaluates community radios with the Social Profitability -Index in Communication (IRSCOM). A tool whose operation, applied to the means of proximity, has proven its usefulness having influenced the recently approved Audiovisual Law of -Andalucía. IRSCOM values the good practices of these media, as well as exposing the shortcomings they present in order to propose improvements for greater democratization.

Keywords: Community radios, IRSCOM, Audiovisual Law of -Andalucía, Right to information, Democratization and Participation

Resumo

O Parlamento Europeu já afirmou a necessidade de adoptar medidas de apoio, a fim de garantir uma maior pluralidade do ambiente dos meios de comunicação social e uma maior participação dos cidadãos nos meios de comunicação social. Com essa premissa e as recomendações da UNESCO sobre a importância de indicadores para medir o comportamento correto dos meios audiovisuais, este estudo avalia rádios comunitárias com o Indicador de Rentabilidade Social em Comunicação (IRSCOM). Uma ferramenta cujo funcionamento, aplicado aos meios de proximidade, provou a sua utilidade, tendo influenciado a Lei do Audiovisual da Andaluzia, recentemente aprovada. O IRSCOM valoriza as boas práticas desses meios, bem como expõe as deficiências que apresentam para propor melhorias para uma maior democratização.

Palavras-chave: Rádios comunitárias, IRSCOM, Direito Audiovisual da Andaluzia, Direito à informação, Democratização e Participação

1. Introducción

Las reivindicaciones del Tercer Sector en el ámbito de la comunicación, siendo históricas y reiterativas, no han conseguido el reconocimiento necesario debido, principalmente, a marcos jurídicos y medidas de impulso insuficientes. Es un hecho que las connivencias del poder económico y político suponen en el ámbito mediático un serio inconveniente para el cumplimiento de los derechos y obligaciones para con la ciudadanía. En muchos países se acepta como normalidad democrática medidas que favorecen la libertad de empresa y el uso mayoritario del espacio radioeléctrico por parte del sector privado comercial, generando situaciones extremas de concentración, que se configuran como claros riesgos para la democracia.

En el ámbito del Tercer Sector existen cuatro contextos diferenciados: países que niegan el derecho de comunicación a los medios comunitarios o ciudadanos, países que los reconocen pero no planifican frecuencias, países que asignan frecuencias en concurso y, finalmente, aquellos en los que, además de asignar frecuencias se apoya económicamente a las emisoras mediante programas de ayudas de distinta índole.

Es notorio que en ningún caso se apliquen indicadores que permitan conocer la rentabilidad social de estos medios alternativos para favorecer la toma de medidas eficaces que incentiven su aprovechamiento, facilitar el conocimiento de buenas prácticas y establecer medidas correctoras a través de incentivos económicos; es decir, coadyuvar en el diseño de políticas públicas fundamentadas en un mayor conocimiento de la realidad que se trata de regular. Más allá de los medios comunitarios, los indicadores de rentabilidad social podrían aplicarse al total del conjunto de los medios audiovisuales, pues ocupan un espacio finito, propiedad del conjunto social, el espectro radioeléctrico.

El Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga, lleva desde 2012 trabajando en la aplicación de indicadores y ha desarrollado con resultados positivos el Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM), una herramienta de expresión numérica que permite conocer la realidad de los medios audiovisuales en los tres sectores y evaluar su rentabilidad para la sociedad.

Aunque en un principio la herramienta se diseñó como estrategia de apoyo a los medios de proximidad públicos y comunitarios, ante declaraciones interesadas que justificaban su cierre por ser deficitarios económicamente, la realidad ha demostrado que este tipo de auditoría evidencia los distintos raseros con los que se valora la actividad de estos medios en función de su propiedad.

La lógica de la actividad empresarial queda justificada en el beneficio económico, un valor tangible aceptado socialmente. La actividad pública suele medir el coste económico del servicio en comparación con el beneficio social que supone. Es decir; su aporte a la construcción de valores, a la información plural y a la creación cultural sin que medie el ánimo de lucro. Esta exigencia debería

ser la misma para los medios comunitarios. Sin embargo, en el caso de estos últimos, su utilidad social no se corresponde con compromisos de financiación o cofinanciación por parte del Estado.

Esta situación dificulta la labor de los medios comunitarios cuya financiación está sujeta a futuribles llenos de azares y en los que la emisión de publicidad, patrocinios o menciones, no deja de ser un ingreso residual, configurándose como un servicio más hacia la comunidad y el pequeño comercio.

La propuesta del indicador IRSCOM toma como punto de partida las exigencias legales del contexto en que se desenvuelven los tres sectores. Su aplicabilidad persigue ante todo valorar la responsabilidad de su actividad y sus compromisos con la ciudadanía. En el caso de los medios comunitarios, implica una herramienta de validación de su actividad frente a la descalificación procedente de sectores privados que aspiran a eliminar cualquier rastro de posible competencia. Al mismo tiempo, permite facilitar evidencias sobre los elementos correctores que se deben introducir para mejorar su rentabilidad social. Finalmente, supone una innovación con respecto a otros indicadores ya que resulta en una expresión numérica, resultado del cruce y ponderación de valores cuantitativos y cualitativos.

El objetivo de esta investigación es conocer si realmente las radios comunitarias están en disposición de cumplir con el rol que las define, así como cuáles son sus fortalezas y debilidades. El estudio que se presenta trata de responder a este objetivo mediante la aplicación del Indicador de Rentabilidad Social de la Comunicación (IRSCOM) a las emisoras comunitarias, tomando como referencia del Estado español a la Comunidad Autónoma Andaluza y con el claro objetivo de diseñar una herramienta replicable en otros territorios como ha sucedido en Murcia (Sánchez & Chaparro, 2019) o Bogotá. En esta última, Iñiqui Chaves (2015), incorporó la herramienta IRSCOM en su tesis doctoral para evaluar las radios comunitarias, determinando la rentabilidad social de estas emisoras en la capital colombiana.

2. Marco teórico

2.1. El papel de la radio comunitaria y su contexto en el Estado Español

Las radios libres y comunitarias se presentan como una alternativa al modelo comercial radiofónico, caracterizado por la búsqueda del beneficio económico y no por fines orientados a la democratización de la comunicación, la educación de la ciudadanía y la inclusión de temáticas ausentes en los grandes medios de información.

Los medios alternativos, por tanto, deben su legitimidad a la ciudadanía y a un sentido que no obedece a intereses particulares. Nuestro sistema de medios actual no contribuye a la generación de nuevos imaginarios, a la construcción de un modelo más solidario y lógico de hacer las cosas (Chaparro, 2009).

Las propuestas y contenidos ofrecidos por las radios alternativas amplían el discurso, consiguiendo aunar diferentes voces que dan fundamento y hablan de historias que otros modelos informativos no tienen en cuenta, modelos que se encuentran atrapados en un sistema capitalista que aprueba que la propiedad de los medios sea de bancos, financieras, constructoras y empresas no relacionadas con el ámbito de la comunicación.

Este papel de difusores de narrativas alternativas que juegan los medios comunitarios es fundamental, más aun teniendo en cuenta el contexto de crisis ecológica y civilizatoria en que nos encontramos a escala mundial, una situación que plantea la necesidad urgente de unos medios que transmitan opciones de nuevos modelos y que promuevan la formación de redes frente al individualismo propio del sistema actual (autor/a, 2018). Los medios comunitarios canalizan los imaginarios promovidos por los movimientos sociales, que se constituyen como nuevos modelos de relaciones entre las personas, el planeta y el resto de seres que lo habitan, que se configuran como “retos simbólicos respecto a los códigos dominantes” (Marí-Sáez, 2014: 69).

Asimismo, es importante destacar el papel de los medios del Tercer Sector como los únicos en que el movimiento asociativo y la ciudadanía en general puede comunicarse con propiedad, al desarrollarse en un espacio en el que las asociaciones y personas que participan pueden narrarse a sí mismas, cubriendo un vacío comunicacional al que no prestan atención los medios de masas (autor/a, 2014). Se trata, tal como hicieron ver Pasquali y Beltrán, de los únicos medios que realizan una verdadera comunicación, entendida como “dialógica, horizontal, voluntaria” (Chaparro, 2015).

La práctica desarrollada por la radio comunitaria en el Estado Español es un pilar para la transformación social, como apuntaba Kaplún, pero también para la construcción de ciudadanía y la democratización de la comunicación, ya que su potencial está puesto al servicio de la sociedad civil, sustentándose en un proyecto político (- no partidista) que “asume compromisos y toma posesión respecto a la problemática concreta en que vive y se ubica en el contexto social en donde se desarrolla” (Calleja, 2008, p.39). Tanto es así hasta 5.000 personas participan y producen contenidos en las radios comunitarias sin ánimo de lucro en España, según los resultados de una encuesta realizada por la Red de Medios Comunitarios (ReMC)¹.

La participación de la ciudadanía determina la finalidad y funcionalidad de la radio comunitaria que reivindica el derecho a la comunicación. De esta forma y en consonancia con Bruce Girard (2002), la radio alternativa cobra cada vez

1 La encuesta realizada por la Red de Medios Comunitarios entre 2017 y 2018 a 36 medios comunitarios asociados y colaboradores de la organización revela que el 53% de estos medios comunitarios son gestionados de manera participada mediante grupos de trabajo formados por quienes generan los contenidos. Además, pone de relieve que el 36% de las radios comunitarias del estado produce entre seis y 15 programas propios; que el 56% emite la misma cantidad de espacios creados en otras radios. La franja de emisión es de lunes a viernes por la tarde y predominan los programas culturales, musicales y sobre derechos sociales.

más importancia para aquellos que quieran apostar por una transformación política y cultural.

Sin embargo, existía una carencia imprescindible: la definición de indicadores mediáticos que velen por la calidad de los contenidos y la gestión de los medios. Unos parámetros que, en esta línea, deberían responder al derecho de información y de comunicación de la ciudadanía.

2.2. Breve contexto legislativo de las emisoras comunitarias en el territorio

El Parlamento Europeo en su Resolución de 25 de septiembre de 2008², sobre los medios del Tercer Sector de la comunicación, expuso la necesidad de adoptar medidas de apoyo a los medios comunitarios con el fin de garantizar la pluralidad y la diversidad cultural, pero también para definir este ámbito de la comunicación como grupo diferenciado en el sector de los medios audiovisuales.

Considerar a las radios comunitarias como emisoras de pleno derecho es relevante no solo para estas, sino también para garantizar el derecho de comunicación e información de la ciudadanía. La resolución reseñada define a este sector como:

Medios de comunicación no lucrativos y responsables ante la comunidad a la que pretenden servir. Están abiertos a la participación de los miembros de la comunidad en la elaboración de contenidos. Como tales, constituyen un grupo diferenciado dentro del sector de los medios de comunicación conjuntamente con los medios comerciales y públicos³.

El reconocimiento del Parlamento Europeo a este sector se traduce en políticas y legislaciones como las aprobadas en Francia, que dispone de un Fondo de Ayuda a la Expresión Local en Radio para facilitar a las radios asociativas cumplir su misión de comunicación social de proximidad⁴.

En España, la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), reconoció la existencia de medios comunitarios por primera vez en la historia de la democracia. Sin embargo, “la redacción de la ley parece que pone más

2 Ver Resolución de 25 de septiembre de 2008 sobre los Medios del Tercer Sector de la Comunicación. Disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0456+O+DOC+XML+VO//ES>

3 Ver definición de medios del Tercer Sector de la comunicación de la Resolución del Parlamento Europeo de 24 de julio de 2008. <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0263+O+DOC+XML+VO//ES>

4 En Francia, el Fondo de apoyo a la expresión de radio local (FSER), que se creó en 1982, tiene como objetivo permitir que las estaciones de radio asociativa local cumplan con su misión de comunicación social de proximidad, gracias a la ayuda prevista en la ley. Los subsidios del FSER se atribuyen a las estaciones de radio regionales asociativas que realizan una misión de comunicación social de proximidad, con recursos publicitarios que son inferiores al 20% de su facturación total. Este texto queda recogido en el punto seis sobre Sostenibilidad financiera y apoyo público del Informe de la Plataforma europea de autoridades reguladoras (EPRA) de diciembre de 2013. Disponible en: https://cdn.epra.org/attachments/files/2313/original/WG2_LCM_report_finalversion.pdf?1390387055

énfasis en establecer restricciones e impedimentos al desarrollo de los medios de comunicación comunitarios que en facilitar el ejercicio del derecho humano a la emisión (y no sólo recepción) de información” (Meda, 2012, p.65). Así, a día de hoy estos medios se encuentran en una situación de alegalidad, al no haberse aprobado aún un reglamento que desarrolle lo contemplado en la ley, ni un plan Técnico que planifique sus frecuencias.

Esta legislación se ha visto acompañada y reforzada por normativas autonómicas, como la Ley 22/2005, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña⁵ o la Ley 10/2018 Audiovisual de Andalucía, aprobada a finales del año 2018 tras más de cuatro años de debate con los medios de comunicación y movimientos sociales. Para salvar los problemas derivados de la falta de planificación, esta última Ley contempla que las personas prestadoras de los servicios audiovisuales comunitarios, puedan “solicitar su inscripción en el Registro de personas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual de Andalucía” (Art. 82, Ley 10/2018)⁶.

En otro de sus artículos, sobre el derecho de participación y acceso de los grupos sociales, la Ley 10/2018, introduce una matización para incidir en la obligatoriedad de hacer los medios comunitarios participativos.

En el caso de las personas prestadoras de servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro, se incluirán criterios de valoración que incentiven la participación del tejido asociativo de la zona de prestación del servicio, así como el acceso a los servicios de comunicación audiovisual por parte de grupos sociales en riesgo de exclusión social (Art. 11, Ley 10/2018).

El Tercer Sector de la comunicación no tiene entre sus objetivos el ánimo de lucro, lo que no debe implicar el sometimiento a condiciones económicas que los hagan inviables como pretenden la mayoría de legislaciones. Su razón de ser es la dinamización social; la activación y la participación de la ciudadanía en la creación de contenidos; ser lugar de encuentro, convertirse en un elemento de significación del sentir social; y, de las inquietudes culturales.

Quizá esta sea la razón por la que hay -un claro ocultamiento, que justificaría parte de las dificultades legales y económicas que afrontan las radios comunitarias, ya que estos “resisten a la dominación y control de las corporaciones transnacionales y promueven la igualdad, la justicia y la solidaridad” (Segovia, 2000).

5 Ver Artículo 70. Sobre “Reserva de espacio público de comunicación” de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-2452-consolidado.pdf>

6 Ver Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía en https://www.juntadeandalucia.es/boja/2018/200/BOJA18-200-00052-16707-01_00143978.pdf

2.3.- Antecedentes del Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación

IRSCOM es una herramienta diseñada en 2012 a partir del estudio de las prácticas comunicativas a través de análisis cuantitativos y cualitativos realizados a las radios públicas locales, privadas comerciales y comunitarias.

Los primeros estudios tomaron como modelo de trabajo a las emisoras públicas locales (municipales), muchas de ellas originadas a partir de la voluntad de la ciudadanía que buscó refugio en los ayuntamientos democráticos surgidos en 1979, tras el cierre de sus emisoras durante la dictadura⁷. La aplicación del indicador a las emisoras municipales mostró una realidad de fortalezas participativas así como importantes debilidades en la gestión, sobre todo en lo concerniente a la rendición de cuentas públicas.

Para el indicador se consideraron 33 ítems básicos que facilitan, agrupados en seis campos: gestión, capital social, programación, infraestructura, articulación en redes y presencia en internet, analizar el trabajo de las emisoras en el cumplimiento de sus fines relacionados con la participación, la información del territorio y la incidencia social. En la elección de los ítems se tuvieron en cuenta los criterios y recomendaciones de la UNESCO (Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social, 2008)⁸ teniendo en cuenta que el indicador UNESCO se compone de 184 ítems, lo que lo hace excesivamente complejo para el campo que se pretende estudiar en esta investigación.

Los ítems o sub-indicadores seleccionados permiten reunir la información básica más relevante sin dificultar la recogida de datos periódicos para observar la evolución de las emisoras, ya que el principal objetivo es ser una referencia y aplicarse en otros territorios para que las emisoras puedan mejorar su actividad a partir del conocimiento de sus debilidades. Por último, se decidió apostar por un indicador ponderado con representación numérica de manera que su valor fuera claramente contrastable y comparable entre las diferentes emisoras sometidas a evaluación. Esta característica permite asimismo referencias de comparación en los diferentes territorios donde se aplique, circunstancia similar a lo que ocurre en otras ramas de las Ciencias Sociales, como la Economía, donde los indicadores de referencia son internacionales.

A día de hoy, IRSCOM se viene aplicando a 118 emisoras de proximidad, en las que se observa una evolución positiva, si bien muchas de las mejoras dependen de políticas públicas que debe ser implementadas, como los incentivos económicos que fueron aprobados por el gobierno autónomo para ser concedidos a aquellas emisoras que se comprometieran a mejorar su puntuación en el indicador.

7 Manuel Chaparro (1998) comenta en su libro "La Radio Pública Local" que ya en 1979, cuando la izquierda gana de manera abrumadora las primeras elecciones municipales, los movimientos ciudadanos que habían visto cómo se les cerraban sus radios, -buscaron refugio en las alcaldías. "Ese fue el inicio de una colaboración que daría origen a la radio municipal, la radio pública ciudadana".

8 Ver Indicadores de desarrollo mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_spa

El observatorio del Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía, responsable de la investigación, mantiene en su *web* la actualización constante de resultados.

El trabajo realizado aporta a IRSCOM el consenso y reconocimiento de los medios analizados derivado de su función auditora, al señalar las debilidades pero también las fortalezas en su quehacer diario. Además de permitir al medio evaluado adoptar medidas para mejorar su incidencia social, IRSCOM repercute en otros dos grandes ámbitos; en los poderes públicos, que plantean medidas correctoras en función de los resultados del indicador; y en la ciudadanía, que se beneficia doblemente del mismo. En primer lugar, porque el indicador impulsa cambios en los medios para una mayor calidad y rentabilidad social, y en segundo lugar, porque la orienta en la elección de los contenidos y medios de los que se informa y participa.

3. Metodología. Criterios de adaptación de IRSCOM a las radios comunitarias y ciudadanas

El Índice de Rentabilidad Social (IRSCOM), una herramienta diseñada y aplicada por el Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía⁹, ha permitido conocer el trabajo que desempeñan las emisoras públicas locales en sus territorios. Tras haber valorado las diferencias entre las emisoras públicas locales¹⁰, se han establecido criterios de medición específicos para las emisoras comunitarias teniendo en cuenta sus características y modos de hacer. Así, se han establecido 33 categorías organizadas en seis campos:

1. **Gestión:** abarca el ámbito de la transparencia y cumplimiento de los estatutos; los mecanismos de participación y convenios con otras instancias.
2. **Capital social:** incluye el conjunto de personas que hacen posible la radio y su formación. También se refiere al grado de participación de colectivos y la oferta formativa desde la propia entidad (talleres).
3. **Articulación territorial:** identificación de las posibilidades de la emisora de crear redes con otras emisoras o colectivos del sector, así como su grado de participación y aportación de contenidos propios a esas redes.
4. **Programación:** evalúa el conjunto de las emisiones producidas desde el ente, identificando el grado de proximidad, calidad, diversidad, inclusión y participación social que se refleja en sus parrillas de programación.

9 COMandalucía también ha trabajado IRSCOM con más de 200 radios privadas comerciales en el territorio andaluz.

10 La herramienta IRSCOM ha sido aplicada en más de 100 emisoras públicas locales en Andalucía. El estudio completo se puede ver en www-com-andalucia.org

- 5. Infraestructuras:** permite contemplar el equipamiento y las características del espacio en el que se desenvuelve la emisora.
- 6. Presencia en Internet:** evalúa la cobertura informativa presente en las redes sociales *online*, así como la actualización y el grado de participación en las mismas.

Para definir estas categorías, se establece una puntuación ponderada partiendo de una mínima de 74 puntos y una máxima de 120. En cada uno de los capítulos referidos se establece también una horquilla de máximos y mínimos (ver Tabla 1). La aplicación de IRSCOM resulta en una relación de puntuación diferenciada según su calidad: máxima: 100-120; óptima: 90-99; Media: 74-89; baja: 60-73; muy baja: 0-59.

Para proceder al estudio de estas emisoras y consolidar el IRSCOM de las comunitarias, se llevó a cabo unos *focus groups* y entrevistas semi-estructuradas a responsables e integrantes de las seis principales radios comunitarias de Andalucía (ver Tabla 2), situadas en áreas metropolitanas de mayor incidencia en el territorio. Esto sentó las bases del consenso para la definición del IRSCOM de las emisoras del Tercer Sector (ver Tabla 1).

Tabla 1. IRSCOM comunitarias

Campos	Nº	Sub-indicadores	Ptos.	Ponderación
Gestión Máx. 25 Mín. 15	1	Estatutos	8	Sí=8
	2	Memoria publicada	9	Sí=9
	3	Consejo asesor	3	Sí=3
	4	Convenios firmados con otras instancias	3	1 a 2=1; 3 a 5=2; >5=3
	5	Mecanismos de incentivos para la participación ciudadana	2	Sí=2
Capital Social Máx.26 Mín.15	6	Personas contratadas	2	1=1; >1=2
	7	Nº mujeres contratadas	2	1 ó >=2
	8	Miembros/socios asociación	6	5 a 10=1; 11 a 20=3; 21 a 50=5; >50=6
	9	Personas voluntarias diarias participando en la gestión	4	2 a 4=2; >4=4
	10	Responsables de dinamización y/o formación	4	1=3; >1=4
	11	Colectivos	4	1=1; 2 a 3=2; 4 a 6=3; >6=4
	12	Personal contratado con discapacidad	1	Sí=1
	13	Talleres o cursos	3	1=2; >1=3
Articulación Territorial Máx. 10 Mín. 6	14	Participación en red o asoc. del sector	5	Sí=5
	15	Número de redes/ámbito de actuación	2	1=0; >1=2
	16	Participación activa	2	Sí=2
	17	Actividades no radiofónicas	1	Sí=1

Programación Máx. 40 Mín. 26	18	Informativo local	4	Sí=4
	19	Programas realizados por colaboradores/socios	7	1=1; 2 a 3=2; 4 a 6=5; >6=7
	20	Programas realizados por colectivos	7	1=1; 2=2; 3=3; 4=5; >5=7
	21	Contenido local	4	Sí=4
	22	Tipología de contenidos	7	0 a 3=0; 3 a 4=3; 5 a 6=7
	23	Música no comercial	3	Sí=3
	24	Programas aportados y tomados en red	6	Sí aporta=3; sí toma=3
Presencia en Internet Máx.7 Mín. 5	25	Radio en la calle	2	Sí=2
	26	Web actualizada	3	Sí=3
	27	Redes online actualizadas	2	1=1; >1=2
	28	Emisión online	1	Sí=1
Infra-estructuras Máx.12 Mín.7	29	Podcast	1	Sí=1
	30	Medios técnicos	4	Muy deficientes=0; insuficientes=1; suficientes=4
	31	Estudios	3	1=0; >1=3
	32	Redacción	3	1=3
TOTAL	33	Aulas	2	1=2
			120	

Fuente: COMandalucía. Elaboración propia.

En la Comunidad Autónoma de Andalucía se han detectado un total de 24 emisoras comunitarias (ver Tabla 2), aunque para este estudio concreto se ha seleccionado una muestra de seis, compuesta por aquellas situadas en las áreas metropolitanas y que presentan una mayor repercusión social: Radiópolis (Sevilla), Onda Palmeras (Córdoba), Hispanidad Radio (Huelva), Radio Almaina (Granada), Frontera Radio (Jerez de la Frontera) y Onda Color (Málaga). Además de ser las que gozan de más trayectoria en la región, estas emisoras tienen un origen común, que es contribuir a la inclusión social en los territorios donde se instalan.

Tabla 2. Emisoras comunitarias en Andalucía

Nº	PROVINCIA	MUNICIPIO	DENOMINACIÓN	MHz	Censo
1	ALMERÍA	Adra	Radio la Retahíla	89,0	24.626
2	CÁDIZ	Alcalá del Valle	Alcalá Dial	96,0	5.262
3	CÁDIZ	Jerez Frontera	Frontera Radio	107,8	211.900
4	CÁDIZ	Vejer Frontera	Radio El Palmar	107,5	12.857
5	CÓRDOBA	Córdoba	Radio Dignidad	103,2	328.700
6	CÓRDOBA	Córdoba	Onda Palmeras	--	328.700
7	CÓRDOBA	Puente Genil	La Sintonía	103,1	30.385
9	GRANADA	Granada	Radio Almaina	107,1	239.017
10	HUELVA	Huelva	Radio Disc Huelva	95,9	148.568
11	HUELVA	Huelva	Uniradio-ass Radio	103,6	148.568

12	HUELVA	Huelva	Hispanidad Radio	101,8	148.568
13	HUELVA	Minas de Riotinto	Gossan FM	90,9	4.112
14	HUELVA	Moguer	Radio Mazagón	92,9	20.944
15	JAÉN	Jaén	Uniradio Jaén	95,6	116.731
16	MÁLAGA	Ardales	Radio Independiente	107,3	2.606
17	MÁLAGA	Málaga	Onda Zegrí	89,1	567.433
18	MÁLAGA	Málaga	Onda Color	107,3	567.433
19	MÁLAGA	Cuevas Becerro	Onda Carrizal	104,7	1.747
20	MÁLAGA	Ronda	Onda 4 Ronda	105,3	36.698
21	SEVILLA	Sevilla	Radio Abierta Sevilla	99,1	17.937
22	SEVILLA	Écija	Radio Libre de Écija	93,4	40.683
23	SEVILLA	Osuna	El Pespunte	88,9	17.973
24	SEVILLA	Sevilla	Radiópolis	98,4	702.355

Fuente: COMandalucía/ Elaboración propia.

4. Resultados

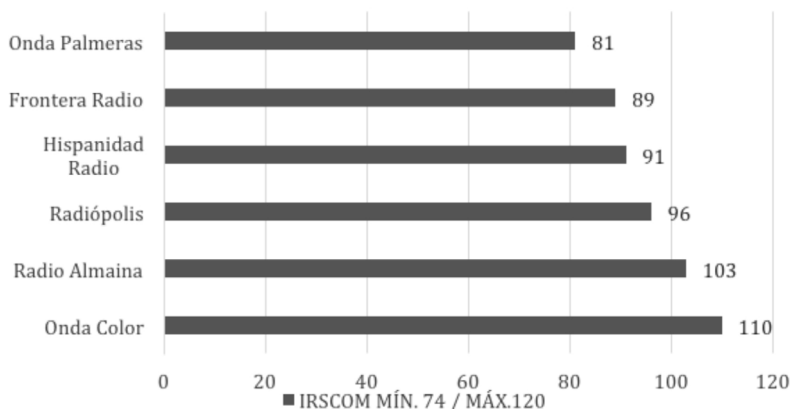
4.1. Puntuación general

Los resultados de la aplicación de IRSCOM a las emisoras comunitarias citadas (Tabla 3), otorga a dos de las seis emisoras analizadas una puntuación máxima; dos, con una puntuación óptima; y, otras dos, con una puntuación media. A pesar de estas diferenciaciones, ninguna de las mismas tiene una puntuación inferior a los valores recomendados, fijado en un mínimo de 74 puntos.

Tabla 3. IRSCOM Emisoras Comunitarias

IRSCOM	Onda Palmeras (Córdoba)	Frontera Radio (Cádiz)	Hispanidad Radio (Huelva)	Radiópolis (Sevilla)	Radio Almaina (Granada)	Onda Color (Málaga)
Gestión	11	10	13	13	19	22
Capital Social	20	17	18	21	21	24
Art. Territorial	10	10	8	10	9	10
Programación	26	36	35	36	38	40
Presencia en Internet	7	4	7	4	7	4
Infraestructuras	7	12	10	12	9	10
Total IRSCOM	81	89	91	96	103	110

Fuente: COMandalucía. Elaboración propia

Gráfico 1. Comparativa puntuación total de emisoras comunitarias

Fuente: COMandalucía. Elaboración propia

Los resultados IRSCOM de las comunitarias muestran que, a pesar de las debilidades que presentan en las categorías de gestión o infraestructura, siempre superan la puntuación mínima exigida.

Cabe señalar que las categorías con mayor puntuación son las de capital social y articulación territorial. Esto muestra la capacidad que tienen estas emisoras alternativas de movilizar a la ciudadanía y fomentar la participación de los colectivos, factores dados, como recalca el autor Ramos, J. (2015), por su propia horizontalidad y la dimensión reducida y cohesionada de sus miembros.

Según los datos recabados por COMandalucía, en la categoría de capital social, el número de personas vinculadas que participa en las seis emisoras que componen la muestra asciende a 563 y el de colectivos a 111, aunque no todas las personas se dedican a la transmisión de mensajes radiofónicos. Una minoría (el 8%) forma parte de la gestión de las actividades de la emisora (toma de decisiones, mantenimiento de las infraestructuras, dinamización, formación y organización de talleres, etc).

El personal contratado indefinido en las emisoras comunitarias es casi inexistente; podemos contabilizar la precaria cifra de siete personas en el conjunto de las radios comunitarias estudiadas. A esto se le añade el carácter temporal de los contratos, que normalmente se reducen a menos de 20 horas a la semana y solo cuando hay proyectos aprobados en los que la emisora realiza alguna actividad concreta, cuya duración no suele exceder el año. Se trata este de una casuística denunciada por las personas responsables de la gestión de las emisoras, que reivindican que los proyectos tengan continuidad.

Tejer redes entre sectores afines es otro de los fuertes de estas emisoras, que encuentran amparo en la Red de Medios Comunitarios (ReMC), la Red de

Emisoras Municipales y Ciudadanas (EMA RTV) y/o en la Red de Medios Libres. Esto denota su carácter cohesionador social y territorial, que se traduce en el fomento de la creación de redes con otras emisoras y colectivos profesionales del sector, así como un alto grado de participación y aportación de contenidos propios.

Esta interrelación entre lo local y lo global, generalmente a través de Internet, permite a las emisoras comunitarias andaluzas compartir sus contenidos contribuyendo a una vertebración territorial y social que fortalece la calidad de los contenidos colectivos y el apoyo mutuo.

4.2. Pluralidad y diversidad en la programación

Los resultados obtenidos por las emisoras en el capítulo de Programación son ampliamente positivos y de gran relevancia, pues se constituyen como criterios diferenciadores de las emisoras comunitarias respecto de las del primer y segundo sector, al denotar que se desenvuelven en un espacio y unas temáticas poco visibilizadas por el resto de medios.

Las personas colaboradoras y los colectivos generan información y entretenimiento, buscando resolver las preocupaciones y necesidades locales. Es la ciudadanía quien gesta sus propios contenidos y produce programas propios (abundan los relacionados con la cultura, musicales, derechos sociales, medio ambiente, economía, y en menor medida, agricultura, interculturalidad, actualidad, divulgación científica y diversidad sexual). En el conjunto de las radios comunitarias analizadas, se producen cerca de 100 programas a la semana. Una cifra que no sólo tiene relevancia por la cantidad, sino también por la pluralidad y diversidad por las que apuestan estas emisoras en sus parrillas radiofónicas. Aunque continúa habiendo aspectos de mejora en lo que se refiere a la calidad de los contenidos y la cualificación de las personas colaboradoras.

En Andalucía, la media de programas propios se sitúa en 17 a la semana, por encima de la media estatal. De hecho, según un estudio¹¹ realizado por la ReMC y la Red de Investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa (RICCAP), en España hay 200 medios comunitarios y en ellos elaboran contenidos unas 5.000 personas. Además, pone de relieve que el 36% de las radios comunitarias del estado español producen entre seis y 15 programas propios cada una.

La variedad de programación detectada en estas emisoras contribuye a visibilizar la idiosincrasia local. Que los contenidos sean creados por los propios emisores, los cuales, a su vez se convierten en receptores, contribuye a su formación, a un mayor conocimiento de la realidad más próxima y a un empoderamiento de los colectivos que conforman la emisora comunitaria.

11 Entre estos contenidos propios, generados por los medios comunitarios en el estado español, predominan los contenidos culturales, musicales y de derechos sociales. Más información en <http://www.riccap.org/5-000-personas-implicadas-en-emisoras-comunitarias-celebran-el-dia-mundial-de-la-radio/>

Otro de los elementos fundamentales resaltados por los medios comunitarios, que redundan en una parrilla de programación amplia, es la formación y capacitación del personal de la emisora, con el fin de mejorar sus contenidos y la gestión de la misma.

Los medios comunitarios se han convertido en un instrumento de cohesión social y educación tanto formal como informal. Las más de veinte emisoras que emiten en Andalucía han sabido llegar a muchos hogares, con la intención de ofrecer una información cercana a las necesidades y peticiones de sus oyentes, teniendo en cuenta los intereses culturales e inquietudes de la sociedad civil. La base de esta programación plural realizada por y para la ciudadanía se convierte en una herramienta imprescindible de formación y participación. Estas experiencias no se traducen en una educación formal con la que se pueda obtener un certificado académico, pero sí contribuyen a “activar” a la ciudadanía para desarrollar su capacidad crítica. Asimismo, las redes en las que se encuentran estas emisoras, “permiten poner en común conocimientos y aprendizajes de manera informal, además de contribuir a acciones formativas en las que a veces se convoca a la participación de distintos medios” (Lema, I., Rodríguez, E. & Barranquero, 2016).

4.3. El reto de la gestión y la financiación

Una de las complejidades que presentan las radios comunitarias es el estar constituidos en grupos de personas que deben establecer criterios comunes para organizar, programar y proyectar una identidad cultural, a través de la sinergia entre los recursos humanos, técnicos y económicos de los que disponen.

Las distintas formas de organización y los objetivos planteados varían según la visión de cada radio comunitaria, pero todas ellas coinciden en que la toma de decisiones, a través de la participación de la ciudadanía, es uno de los pilares vitales para su gestión. Javier García, miembro de radio almenara, de la Comisión de Medios Comunitarios y abogado de la Red de Medios Comunitarios, aseguraba que “cuanto más te implicas, descubres más cosas interesantes... te crea nuevas inquietudes... te das cuenta de la importancia de la participación social” (2016)¹².

La financiación es otra de las grandes debilidades, circunstancia que se agrava por una legislación nada favorecedora que obliga a las emisoras a justificar la procedencia de cada euro de sus fondos junto con el desglose de todos sus movimientos con una limitación de gastos de explotación anuales que en ningún caso podrán superar los 50.000 euros anuales, en el caso de las radios (Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual). Aunque la inmensa mayoría ni siquiera rozan este límite, pues según un estudio realizado por la Red

12 Entrevista realizada en el Blog Formación en comunicación comunitaria, radio y herramientas multimedia, el 22 de mayo de 2016. Disponible en <https://radiocjv.wordpress.com/2016/05/22/entrevista-a-javier-garcia/>

de Medios Comunitarios, el presupuesto anual de las comunitarias en el Estado Español no llega a los 5.000 euros por emisora en el 57% de los casos¹³.

La economía de las emisoras comunitarias en la región se sustentan principalmente a través de proyectos que se presentan en convocatorias de concurrencia competitiva, mediante subvenciones otorgadas por instituciones municipales, provinciales o autonómicas; prestaciones de servicios por encargo de entidades sin ánimo de lucro, centros escolares y otras organizaciones sociales; y, por último, mediante cuotas de socios, eventos, y otras formaciones.

Un estudio realizado por Ceballos en una de las radios comunitarias de Andalucía (Onda Color, Málaga), mostraba como el 70% de los ingresos que obtiene esta emisora proviene de subvenciones para el desarrollo de proyectos de intervención y concienciación: mujeres, inmigración, jóvenes, alfabetización y promoción de la participación ciudadana (2018, p. 218)¹⁴.

Aunque no todos los casos son iguales, puesto que en otras emisoras sus ingresos solo provienen de las cuotas de los socios y de eventos que realizan, como es el caso de las radios libres. Las carencias financieras también son la debilidad principal de estas emisoras. Pese a ello, IRSCOM no plantea un apartado específico que recoja este aspecto, al considerar que no constituye un hecho diferenciador en ninguna de las emisoras estudiadas. En futuras evaluaciones, se podría tener en cuenta la medición del esfuerzo por obtener financiación a partir de planes, políticas públicas y medidas de impulso al sector.

5. Conclusiones

Las recomendaciones de la UNESCO de elaborar indicadores para medir la calidad de los medios constituye la base de esta investigación basada en el trabajo del Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga. El Indicador de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM) permite auditar desde el consenso a las emisoras comunitarias y contribuye a impulsar políticas públicas de comunicación para mejorar el trabajo de estos medios.

IRSCOM posibilita identificar la situación en que se encuentran estas radios, observar sus fortalezas y debilidades en diferentes capítulos e introducir elementos correctores. Permite, además, ver una comparativa entre las diferentes emisoras. Esta circunstancia permite el aprendizaje mutuo. El conocimiento de su situación puede permitir profundizar en la eficacia del trabajo social que realizan y su capacidad de incidencia en la ciudadanía. En

13 El estudio completo realizado por la ReMC se puede ver en <https://medioscomunitarios.net/2018/04/estado-de-los-medios-comunitarios-2018/>

14 Este estudio sobre "publicidad y financiación de las radios comunitaria: El caso de Onda Color", realizado por Gonzalo Ceballos en el barrio de Palma Palmilla, Málaga, recoge el modelo de financiación de la radio comunitaria de Onda Color.

definitiva, la aplicación de indicadores de rentabilidad social como IRSCOM a estos medios generaría un mapa comunitario que no sólo identifica procesos emisores, sino la salud de estos medios, posibilitando la intervención mediante medidas de impulso que pudieran ser arbitradas por la administración competente. IRSCOM puede permitir en su réplica establecer comparativas internacionales que contribuyan a fortalecer el Tercer Sector. El conocimiento de las circunstancias de cada país conllevaría a sacar conclusiones sobre las medidas más acertadas, así como de las responsabilidades públicas por apoyar, corregir e incentivar estos medios esenciales en democracia.

En el estudio de caso realizado, el diagnóstico de situación se orienta a recomendar medidas de impulso legales para el pleno reconocimiento del sector, el fortalecimiento de las redes de intercambio de contenidos y experiencias y apoyo mediante incentivos económicos que permitan mejorar el trabajo que las emisoras vienen realizando.

La democratización de la comunicación es un camino complejo, pero posible en el Estado Español. Los medios del Tercer Sector juegan un papel fundamental en la construcción de ciudadanía y sus buenas prácticas deben impulsar nuevas narrativas eco-sociales que impulsen medidas orientadas desde lo individual y lo colectivo a la transformación social frente a la crisis sistémica. Esta dimensión se encuentra en las orientaciones futuras de trabajo del indicador aplicado.

6. Bibliografía

- AMARC (2009): Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y TV comunitaria, Montevideo. Recuperado de: http://www.amarc.org/documents/14Principios_Legislacion_Radiodifusion_Comunitaria_ES.pdf
- Beltrán Salmón, Luis R. (2014). Adiós a Aristóteles. En M. Chaparro (Ed.), *Comunicología de la Liberación, Desarrollismo y Políticas Públicas* (pp. 269-307). Girona: Editorial Luceas de Gálibo
- Calleja, A. (2008). La Radiodifusión comunitaria. Espacio de construcción ciudadana. En Vega Montiel, A., Portillo, M. & Repoll, J. (Coord.), *Las Claves necesarias de una comunicación para la democracia* (pp. 36-52). Tabasco, México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C. y Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Ceballos, G. (2018). Publicidad y financiación en los medios comunitarios: estudio de caso de Onda Color (Málaga). En Coord. (Marí-Sáez, V. y Ceballos, G.), *Desbordes Comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social* (pp. 197-229). Madrid: Fragua
- Chaparro, M. (1998). *La Radio Pública Local*. Madrid: Fragua.
- Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Ed. Los libros de la frontera.
- Chaparro, M. (2009). Comunicación para el empoderamiento y comunicación ecosocial. La necesaria creación de nuevos imaginarios. *Perspectivas de la comunicación*, 2 (1), 146-158.
- Chaparro, M. (2015). Del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán a las Epistemologías de la liberación y la alteridad. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 3, 143-153.
- Chaparro, M. (coord.). (2015). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga: IMEDEA / COMandalucía.

- Chaparro, M., Olmedo S., & Gabilondo, V. (2014). Los impactos en Comunicación-Cultura de las radios públicas locales en Andalucía. El índice de Rentabilidad Social. En A. Martinell (Coord.), *Impactos de la dimensión cultural en el desarrollo* (pp.163-185). Girona: Documenta Universitaria.
- Chaves. I. (2015). *La comunicación para el desarrollo desde las radios comunitarias. Estudio como herramienta para el cambio social* (Tesis doctoral), Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- Autor/a. (2018). *La transición ecosocial en prensa online* (trabajo fin de máster), Universidad de Málaga.
- Ferrés Prats, J. & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, 38 (19), 75-82.
- Foro Andaluz por la Educación, Comunicación y Ciudadanía. Propuesta del 4 de febrero de 2014 para la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual de Andalucía. Recuperado de:
<http://www.comunicacionyciudadania.org/sites/default/files/PROPUESTAS%20MOISA%20FORO%20ANDALUZ%20DE%20COMUNICACIÓN.pdf>
- García, J. (2013). Transformaciones en el Tercer Sector: el caso de las radios comunitarias en España. *AdComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 5, 111-131.
- Girard, B. (2002). *Radioapasionados: Experiencias de radio comunitaria en el mundo*. Quito: CIESPAL.
- Kaplún, M. (2000). Comunicación, democratización y hegemonía en la perspectiva: el factor cultural. Montevideo: Estudio realizado para IPAL, Lima, Perú a solicitud de la UNESCO 1987, 1987, p.28.
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la Comunicación (el Comunicador Popular)*. La Habana: Editorial Caminos.
- Lema-Blanco, I., Rodríguez-Gómez, E. & Barranquero-Carretero, A. (2016). Jóvenes y tercer sector de medios en España: Formación en comunicación y cambio social [Youth and the Third Sector Media in Spain: Communication and Social Change Training]. *Comunicar*, 48, 91-99.
- Marí-Sáez, V. (2014). Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social. Madrid: Popular.
- Marí-Sáez, V. Y Ceballos, G. (2018). *Desbordes Comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social*. Madrid: Fragua
- Mayugo i Majó, C. (2007). Comunicación comunitaria. Trayectorias y perspectivas den el Estado español. En Walzer, A., García, M. & Rodríguez, J. C. (coord), *Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura*. Madrid: Edipo, D.L.
- Meda, M. (2012). Del arte de cambiar para que todo siga igual. El Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España. *Commons, Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1 (1), 59-84.
- Olmedo, S. (2014). IRSCOM: la responsabilidad social de los medios y la construcción de indicadores mediáticos. En CHAPARRO, M. (coord.). Málaga, IMEDEA/ COMandalucía. Parlamento Europeo (2008). Resolución del 24 de junio de 2008 sobre los Medios del Tercer Sector de la Comunicación del Parlamento Europeo. Recuperado de:
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0263+0+DOC+XML+Vo//ES#title2>

- Pasquali, A. (1978). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Ramos, J. (2015). *La Revolución de los desheredados. Participación de las redes de medios comunitarios y alternativos en la construcción de políticas de comunicación en Bolivia* (Tesis Doctoral). Universidad de Salamanca.
- Sánchez, J.A. y Chaparro, M. (2019). La rentabilidad social en las radios públicas locales. Comparativa de aplicabilidad del indicador IRSCOM en Andalucía y la región de Murcia. Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación, 43, 135-159.
- Segovia, A. (2000). Treinta años de economía política de la comunicación: Las aportaciones de Herbert I. Schiller. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, 5, 241-260.
- Autor/a, & otra/os. (2014). La radios comunitarias en Andalucía, una herramienta para la democratización de la comunicación en CHAPARRO, M. (Coord.). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga, IMEDEA/ COMandalucía.
- UNESCO (1999). *La radio. Informe mundial sobre la comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*. Madrid: Ediciones Unesco-CINDOC, Fundación Santa María.
- UNESCO (2008). *Indicadores del Desarrollo Mediático: marco para evaluar al desarrollo de los medios de comunicación social*. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000163102_spa

La televisión comunitaria en la región central de Ecuador, TV MICC y PURUWA TV

Community television in the central region of Ecuador, TV MICC and PURUWA TV

Televisão comunitária na região central do Equador, TV TV MICC e TV PURUWA

Juan Pablo TORO BRAVO

Universidad Técnica de Cotopaxi / juan.toro@utc.edu.ec

Alex MULLO LÓPEZ

Universidad Técnica de Cotopaxi / alex.mullo@utc.edu.ec

Mónica HINOJOSA BECERRA

Universidad Nacional de Loja / monicahinojosa75@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Monográfico, pp. 75-94)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 30-03-2019 / Aprobado: 11-07-2019

Resumen

La televisión comunitaria se presenta como una propuesta alternativa para los pueblos, una apertura de canales comunicacionales en la esfera pública, hacia el diálogo social, cultural, político y económico. La presente investigación utiliza metodologías cualitativas para analizar el papel de la televisión comunitaria, empleo de los formatos y la ley de Comunicación para garantizar contenidos que satisfagan las demandas sociales y que respondan, a la libertad de expresión, justicia, equidad y desarrollo cultural. Finalmente, se identifica que el principal problema de los medios comunitarios es la sostenibilidad económica.

Palabras clave: canales comunicacionales; formatos; ley de Comunicación; participación

Abstract

Community television is presented as an alternative proposal for the people, an opening of communication channels in the public sphere, towards social, cultural, political and economic dialogue. This research uses qualitative methodologies to analyze the role of community television, use of formats and the Communication Law to guarantee contents that meet social demands and that respond to freedom of expression, justice, equity and cultural development. Finally, it is identified that the main problem of community media is economic sustainability.

Keywords: communication channels; formats; Communication law; participation

Resumo

A televisão comunitária é apresentada como uma proposta alternativa para o povo, abertura de canais de comunicação na esfera pública, para o diálogo social, cultural, político e econômico. Esta pesquisa utiliza metodologias qualitativas para analisar o papel da televisão comunitária, o uso de formatos e a Lei da Comunicação para garantir conteúdos que atendam às demandas sociais e que respondam à liberdade de expressão, justiça, equidade e desenvolvimento cultural. Por fim, identifica-se que o principal problema da mídia comunitária é a sustentabilidade econômica.

Palavras-chave: canais de comunicação; formatos; Lei de comunicação; participação

1. Introducción

Aunque no son reconocidos en su totalidad en la Ley de Comunicación ecuatoriana, los medios comunitarios, alternativos o ciudadanos, surgen de la necesidad de democratizar la palabra en busca de una sociedad más justa, equitativa y solidaria. Cerbino y Belotti aseveran que los medios comunitarios son “una herramienta crítica para el control social de los poderes mediáticos tradicionales y para el empoderamiento ciudadano y la participación activa en la esfera pública” (2016: 50).

Desde un manejo del discurso contrario al de los medios privados, que faculta “la emancipación de los estratos más bajos de la población frente a la dominación de los estratos superiores” (Beltrán & Reyes, 1993, p.19), por medio de una comunicación participativa e incluyente que posibilita el coloquio de saberes para el bienestar común. En este sentido se comprende que “la comunidad deja de ser el objeto de la comunicación y pasa a ser sujeto indispensable en el diálogo permanente” (Arnedo, Hernández y Jurado, 2014, p. 243). Visto de esta forma un medio comunitario “no puede existir si no es en función de la dinámica social en la que se desarrolla” (Gumucio, 2005, p.8). De hecho el medio se involucra en el contexto social para transmitir en antena una realidad local.

En resumidas cuentas “los medios comunitarios son respuestas puntuales a necesidades sociales” (García y Ávila, 2016, p. 278). Y dentro de los diversos medios comunitarios está la televisión como un espacio ideal para la democratización de la palabra desde la comunicación, mediante la participación de los actores sociales. La televisión de señal abierta, así como la radio son de fácil acceso para la población. Las Naciones Unidas en conmemoración del primer Foro Mundial de la Televisión desarrollado en 1996, reconoció la labor que cumple este medio de comunicación a nivel mundial:

1 Decide proclamar el 21 de noviembre Día Mundial de la Televisión; 2 Invita a todos los Estados Miembros a que observen el Día Mundial de la Televisión promoviendo intercambios mundiales de programas de televisión centrados, en particular, en cuestiones como la paz, la seguridad, el desarrollo económico y social y la promoción del intercambio cultural (ONU, 1996).

En cuanto a la definición de televisión comunitaria tiene diversas denominaciones como: “la televisión comunitaria se desarrolla como un discurso contrahegemónico, que quiere construir otra globalización mediante una programación local más educativa y cultural” (Angulo & Zabaleta, 2010, p. 3). De acuerdo con la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (Amarc, 2010), las radios y televisoras comunitarias son:

Actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la

propiedad del medio como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no gubernamentales, que no realizan proselitismo religioso, ni son de propiedad o están controlados o vinculados a partidos políticos o empresas comerciales (p. 51).

Desde la experiencia de la televisión comunitaria en Medellín (Colombia), Juan David Parra (2006) indica que la televisión comunitaria:

Se constituye en esa puerta de acceso a la participación que no se tenía antes en las comunidades. Los canales comunitarios hacen más cercana y cotidiana la televisión a sus vecinos. Les facilita el acceso al uso de la información y a las posibilidades de narrarla con el audiovisual (2006: 70).

La televisión comunitaria es una ventana abierta entre las comunidades y las zonas urbanas. Por medio de los productos audiovisuales y a través de la pantalla buscan recuperar y mantener sus costumbres y tradiciones ancestrales que se han ido perdiendo con el pasar del tiempo o que los medios privados nunca consideraron sus realidades como interesantes.

Por ejemplo, en Colombia hay una gran práctica de la comunicación comunitaria o alternativa. De acuerdo al avance de la tecnología los grupos han ido aprovechando esas ventajas. Hoy en día emplean la producción audiovisual para comunicar, “algunas experiencias de comunicación comunitaria adoptaron el video después de haber comenzado con emisoras de radio, impresos y otras actividades comunicativas” (Román, 2010, p. 145). Beneficiando siempre una comunicación horizontal que “en ese sentido el video tiene un valor muy alto para las comunidades participantes en el proceso de creación y se convierte en una herramienta para la discusión y el debate público” (Román, 2010: 153). Permitiendo así, promover el bienestar y desarrollo del colectivo indígena.

Recordando lo sucedido en América Latina, la televisión comunitaria tiene sus primeras huellas por los años setenta y los ochenta:

Muchos terminaron perdiendo su carácter o simplemente desapareciendo. Sin embargo, una nueva oleada surgió a partir de los noventa, con casos como los del Canal 45, de Villa El Salvador (Lima, Perú); el venezolano Catia TV; los canales comunitarios de Colombia, y los canales comunitarios de cable de Porto Alegre, Río de Janeiro y São Paulo, en Brasil, Peruzzo (Kaplún, 2007: 314).

La televisión comunitaria da sus primeros pantallazos en Colombia en la década de los años de 1980, “en vista de la necesidad de crear canales alternativos de comunicación que propicien la participación, la identidad y la convivencia ciudadana, y sean el reflejo de los intereses y prioridades de las comunidades organizadas” (Páez Quintana, 2012, p. 63). La TV local nace como una propuesta en Colombia:

En 1989 dos ingenieros eléctricos, Ciro Rodríguez Pinzón y Raúl Rochell, presentaron su tesis de grado, sobre la instalación de una antena parabólica en la ciudad de Ocaña. Luego de varias reuniones se firmó un contrato entre la firma de los ingenieros y las comunidades anteriormente mencionadas, para llevar a cabo el proyecto. En 1991 se constituye en una empresa de carácter comunitario, eligiendo la primera Junta Directiva. La firma Ingepec entrega una lista de 730 afiliados que crece a medida que se invierte en equipos, construcción de sede propia, personal y dos antenas fijas, las cuales captaron la señal de los primeros canales como: Televen, Cinemax, TV Española y Galavisión (Páez, 2012: 64).

La televisión comunitaria se expone como una propuesta emancipadora de los pueblos, que abre canales comunicacionales para el diálogo social, cultural, político o económico. De esta manera “los actores pueden apropiarse legítimamente de una información que ellos mismos construyen con las demandas y con las experiencias que parten desde su realidad social, y que no es impuesta por medios que construyen la noticia desde otros ámbitos” (Navarro, 2017, p. 12). Una comunicación que se construyen en lo local, en lo cotidiano, por ello “se considera como un medio cercano y de gran carga emocional” (Martínez-Roa & Ortega-Erazo, 2018, p. 87).

Sobre las ideas expuestas este trabajo pretende analizar la labor que cumplen el canal de televisión comunitario en la región central de Ecuador, Zona 3, para promover el desarrollo social, mediante la apertura de procesos participativos que permitan a los actores sociales comprometerse en la operación y programación del medio comunitario.

Desde esta línea es importante determinar el modelo de gestión de la televisión comunitaria para identificar a quién pertenece el medio comunitario, y de qué manera la colectividad se apropia e involucra en la toma de decisiones en la administración y programación del canal. Al mismo tiempo, es importante saber del personal que forma parte del canal comunitario con el fin de identificar cómo se contrata y se vincula a las personas que trabajan o colaboran en el canal. De igual manera se busca conocer la sostenibilidad económica del medio televisivo. También determinar las modalidades de financiamiento que solventan al medio de comunicación. Simultáneamente, identificar las diversas estrategias y formatos que utiliza el canal de televisión para promover la participación ciudadana en la creación de contenidos que satisfagan las demandas sociales y que garanticen, libertad de expresión, justicia, equidad y desarrollo cultural.

2. Marco Teórico

2.1 Participación ciudadana en la televisión comunitaria

La cooperación social es una pieza importante para la construcción de una televisión comunitaria. Esto se evidencia desde las primeras iniciativas

latinoamericanas. Entre los años de 1984 y 1987 se empezó a operar los primeros canales de televisión comunitaria en Brasil y Argentina, respectivamente. En Colombia, las comunidades empezaron apropiarse de su canal comunitario TV Suesca a través del programa “Nuestra identidad”. “Surgió de la necesidad de sentirse representados y a la vez preservar su identidad cultural, mostrando la cotidiana de la comunidad convirtiéndose en un medio democrático, participativo y cultural” (Noboa, Loor, & Del Pozo, 2018: 29).

Es así que la televisión comunitaria es un medio que se va involucrando con su comunidad, para propender al diálogo que fomente una sociedad crítica contra el poder de turno o para tener un espacio que no han tenido en los medios privados. A fin que de no solo sea “un canal de transmisión a la gente, sino también un medio de recepción de ellos” (Milan, 2006: 272).

Variadas tipologías de participación se aplican en la televisión comunitaria pero todas están enfocadas a la democratización de los medios. La participación, desde la gestión, impulsa a la comunidad a involucrarse en la toma de decisiones en la administración del canal de televisión. Con este objetivo se ejecuta una comunicación horizontal para la contratación del personal, el nombramiento del administrador o director, el mantenimiento de equipos e instalaciones, etc.

Otra tarea prioritaria en este nivel de participación, es la contribución de la comunidad para la sostenibilidad económica del medio. Por ello, un canal comunitario debe “generar espacios para la participación de los ciudadanos desde la gestión, cogestión y autogestión, como los niveles más elevados de compromisos con la pluralidad y libertad de expresión para la consecución de los mejores intereses de las comunidades” (Mora, 2011: 140).

La participación desde el ámbito de la creación de contenidos, implica la elaboración del proyecto comunicacional y el contenido de la parrilla de programación. Para su cumplimiento el medio de comunicación debe generar estrategias que permita a la localidad, vincularse en la creación, producción y transmisión de programas televisivos que contribuyan al desarrollo social y a la promoción intercultural. Por tanto, “participar en un medio comunitario, es a nuestro entender, apropiarse de un lenguaje autóctono con las realidades, necesidades, sueños y esperanzas de la comunidad” (Mora, 2011, p. 141).

La participación es un compromiso bidireccional, por un lado el medio tiene la responsabilidad de apoyar a su comunidad para la democratización de la palabra y de la imagen. A su vez la comunidad tiene el deber de apoyar al medio en la gestión administrativa, transmisión y recepción del producto comunicacional. En este aspecto:

El objetivo de la televisión comunitaria es orientar, educar y entretener a la comunidad, reforzando valores e identidad cultural, difundir contenido local como fiestas, tradiciones, música, con el objetivo de fortalecer y preservar la cultura de una comunidad, esto no significa que nieguen otras culturas, pero sí permite tener una afirmación de una identidad cultural propia que muchas veces es negada por los medios masivos. (Noboa et al, 2018: 29)

El éxito del medio comunitario reside no solo en su cercanía geográfica con la colectividad, sino en una cercanía comunicacional que permite a los televidentes ver y ser vistos por la sociedad.

En la medida que los pueblos y organizaciones sean los protagonistas en la producción y circulación de mensajes, que rompan los cánones establecidos por los medios de comunicación empresariales, que reproducen en sus agendas la pirámide del dominio, donde los políticos, artistas y deportistas son importantes, mientras el pueblo, en su lucha cotidiana es ignorado y solamente se lo incorpora como parte de la mercancía cuando se quiere vender noticias de la llamada “crónica roja”. (Galán, 2015: 30)

Dicho de otro modo, los medios comunitarios no se sirven del pueblo. Por el contrario sirven al pueblo dando “cabida a nuevas problemáticas y perfiles de participantes, siendo los grupos y colectivos que más sufren la exclusión, o con mayores dificultades en el ejercicio de sus derechos, los que muestran mayor interés en participar” (García, 2017: 40).

Un eje fundamental para la sostenibilidad del medio comunitario ha sido y es la colaboración de los habitantes de la misma comunidad, que desde su desconocimiento técnico y teórico de la comunicación audiovisual, emprenden su labor “por una necesidad de expresión de un grupo, y muchas veces quien trabaja en el medio lo hace de manera voluntaria, obedeciendo su necesidad de comunicar” (García & Ávila, 2016: 287).

En este sentido se entiende que los canales de televisión comunitarios, surgen de la exhortación de participación de la comunidad en la libertad de expresión, a través de los medios de comunicación. Por lo tanto:

Han sido espacios destacados en la participación y la expresión de la ciudadanía desde los inicios de la democracia. Además de servir de altavoz para distintos sectores y mostrar realidades invisibles en los medios convencionales, han asumido un importante rol de herramienta vertebradora de la comunidad en la que operan”. (García, 2017: 35)

Finalmente es útil sugerir que los canales comunitarios son los llamados a dar el primer paso para crear vínculos que permitan la cooperación y el compromiso de la población para trabajar por y para el medio de comunicación desde sus contextos. De esta manera las comunidades se empoderarán de la televisión local comunitaria y fortalecerán su desarrollo social mediante procesos comunicacionales participativos. De hecho, “cuando las comunidades se apropian del medio de comunicación, descubren lo útil que pueden llegar a ser para tejer de manera más sólida sus procesos y lograr visibilizar su realidad y su contexto contados en sus propios términos” (Peña, 2012: 200).

2.2 La televisión comunitaria en Ecuador

En Ecuador el primer canal comunitario inicio en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, el 24 de septiembre del 2008. El MICC, Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi, firmó la concesión de la frecuencia, gestión iniciada desde el año 2004 en el ex Conartel, Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión:

Los indígenas queremos vernos en la televisión, vernos reflejados como nos vemos a nosotros mismos, no desde una mirada externa. Ya estamos cansados de ver a políticos, de ver a las estrellas extranjeras. El indígena ya no está a 4.000 metros de altura, está en las ciudades, en las plazas, en las instituciones. Queremos mostrar esa nueva realidad del indígena en la pantalla, aseguraba José Venegas, gerente de TV MICC (*El Telégrafo*, 2014).

En octubre del año 2018, salió al aire *Puruwa TV* en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. El canal comunitario pertenece a la Fundación para el Desarrollo Indígena de Chimborazo. Es el segundo canal de televisión comunitario administrado por indígenas en la Zona 3 del centro del país, “tenemos programas educativos, de entrenamiento, música nacional, documentales, películas, en la mañana hacemos en vivo entrevista, ese es el único programa al aire, no tenemos un noticiero” (Fernando Atapuña, entrevista personal N° 2, marzo 2019).

En el año 2008 en la nueva constitución de La República del Ecuador, se establece el derecho a la comunicación y el acceso a los medios de comunicación. Es así que, en la sección tercera sobre la Comunicación e Información, en el artículo 16, literal 1, se enuncia que todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a “una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos” (Constituyente, 2008, p. 25). Asimismo, en el literal 3 del artículo 16 se señala que los ciudadanos tienen derecho a:

La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas (Constituyente, 2018: 25).

En el año 2013 se creó la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), donde se reconoce tres tipologías de medios de comunicación social, siendo estos públicos, privados y comunitarios. Según el artículo 106 de la LOC, el espectro radioeléctrico será distribuido “equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la

operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios” (Asamblea Nacional, 2013: 19).

La LOC fue reformada en el año 2018. El artículo que habla sobre la distribución del espectro fue modificado, ahora el 56% del espectro radioeléctrico será para medios privados, el 10% para medios públicos y se mantiene el 34% para medios comunitarios.

De acuerdo con la sección III sobre los medios de comunicación comunitarios, la LOC en su artículo 85 define a los medios comunitarios como “aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a colectivos u organizaciones sociales sin fines de lucro, a comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social” (Asamblea Nacional, 2013, p.15). Dentro de esta perspectiva se plantea entonces el problema ¿De qué manera podrían solventar los gastos que conlleva el mantenimiento de un canal de televisión y su misión social, si no tienen fines de lucro?

Por otra parte, el artículo 110 de la LOC enuncia que los medios comunitarios deben concursar con los privados para poder adquirir una frecuencia del espectro radioeléctrico cumpliendo con requisitos como, el proyecto comunicacional, estudio técnico y de gestión y sostenibilidad. Lo cual demandaría de una fuerte inversión económica para una comunidad, pueblo o nacionalidad. Evidentemente “habrá que tratar diferente al diferente dentro de la igualdad y renovar el aspecto legislativo que dificulte el acceso a frecuencias de la población tradicionalmente excluida” (Barragán & Abellán, 2016, p. 3118).

A esto se suma la complejidad que tienen los voluntarios de las propias comunidades para colaborar en las actividades periodísticas del medio comunitario, ya que según el artículo 42 de la LOC, para laborar en un medio de comunicación social se debe ser profesional de periodismo o comunicación percibiendo una remuneración de 854,26 dólares a excepción de los colaboradores que realicen programas en lenguas nativas. En consecuencia, nuevamente se refuerza la idea de que el medio de comunicación comunitario debe tener una rentabilidad económica para solventar los gastos operativos y de talento humano.

Como acciones afirmativas el artículo 86 de la LOC, indica que pueden acceder a un:

...crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios. (Asamblea Nacional, 2013: 15)

Son una herramienta que permite iniciar el proyecto comunicacional, para el funcionamiento del medio comunitario la LOC propone beneficios

de contratos estatales para servicios de publicidad o difusión de contenidos educativos y culturales. Además de donaciones o fondos de cooperación nacional e internacional.

De igual forma, el marco legal ecuatoriano debe ser flexible con la participación voluntaria de la comunidad, ya que los canales de televisión comunitarios son una herramienta para impulsar la participación de los pueblos y comunidades, “porque a través de ella tendrán la posibilidad de incidir en las decisiones públicas y privadas en lo comunitario (familia y escuela) y local, promoviendo y exigiendo el cumplimiento de sus derechos, mediante la organización, movilización, comunicación y formación” (Barragán & Garzón, 2017, p. 290).

Por último, según la CORDICOM, Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, con corte 5 de diciembre del 2018, en la zona 3 existen dos canales comunitarios, uno ubicado en la provincia de Chimborazo, y otro en la provincia de Tungurahua.

3. Metodología

El estudio se realizó en los canales de televisión comunitarios en las provincias de Cotopaxi y Chimborazo. La metodología utilizada para el proceso de recolección de datos es de carácter cualitativo, mediante la técnica de la entrevista semiestructurada a un director, a un gerente y a ocho colaboradores de los medios. En función de las siguientes variables de estudio: a) Modelo de gestión del canal de televisión; b) Personal que forma parte del canal comunitario; c) Sostenibilidad económica en el canal de televisión; d) Estrategias de participación comunitaria en la programación televisiva.

Se analizó el modelo de gestión del canal estudiado con el fin de identificar a quién o quiénes pertenecen el medio radial. Las personas que intervienen en la administración del canal comunitario, y el objetivo de la programación como tal. Seguidamente el personal que forma parte del medio, con el propósito de establecer cómo se contrata y vincula a las personas que laboran en la televisora, si existe un equilibrio de género entre los trabajadores. Así mismo cuántas personas trabajan voluntariamente en el medio de comunicación. En tanto que la sostenibilidad económica del canal comunitario es examinada con la intención de conocer las diversas tipologías de financiamiento con la cual se solventa el medio radial. Posteriormente, los diversos mecanismos que utilizan los canales comunitarios para propender a la participación de la comunidad en el proyecto comunicacional y sus formatos.

En cuanto al uso de la metodología propuesta, esta tiene ciertas limitaciones, como la subjetividad en los resultados cualitativos, ya que se toma como referencia a la televisión comunitaria de la región central de Ecuador desde el criterio de su director, gerente y personal operativo.

4. Resultados

4.1. Tipo de gestión del canal de televisión

Para la presentación de los resultados sobre el tipo de gestión del canal de televisión, se establece que los canales de televisión comunitarios pertenecen a pueblos y nacionalidades indígenas, *TV MICC*, al Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi. *Puruwa TV* pertenece a la Fundación para el Desarrollo Indígena de Chimborazo. Como ilustra la tabla 1.

Tabla 1: Canales de televisión comunitarios de la región central del Ecuador registradas en la CORDICOM

Razón social	Nombre del medio	Frecuencia/ canal	Tipo	Provincia	En funcionamiento
Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi	TV MICC	47 UHF	Matriz	Cotopaxi	Sí
Fundación para Desarrollo Indígena de Chimborazo FUDICH	PURUWA TV	38 UHF	Matriz	Chimborazo	Sí

Fuente: Elaboración propia.

La persona que interviene en la administración del proyecto comunicacional del canal de televisión es nombrado por las mismas organizaciones. En el caso de *TV MICC*, son elegidos por el Consejo de Gobierno que cada dos años es conformado por las 31 organizaciones del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi. Por su parte, el gerente de *Puruwa TV* es elegido por la Fundación FUDICH.

En cuanto a los objetivos de la programación del canal de televisión comunitario, esto se enmarca en satisfacer las necesidades sociales de la población marginada, y fortalecer la comunicación en la comunidad en el aspecto político, social y cultural, *TV MICC* cuenta con una variada parrilla de programación y varios programas son en vivo. *TV MICC* tiene principalmente producción propia y espacios de contenido foráneo (como los Dibujos Animados o Cine Consentido). Abundan los Documentales TV MICC.

Por su parte, *Puruwa TV* tiene una parrilla de programación pero solo un programa en vivo. Este canal tiene una producción propia principalmente aunque también hay espacios contratados (como Educación Financiera o Ritmo Nacional) y Coproducciones (Respuesta Jurídica o Ñuka Llakta). Los tipos de contenido son educativos (Sumak Pakari), culturales (Wawakunapak), entretenimiento (Semillas del Folklore), informativos (Puruwa Willaykuna) y uno de deportes (Pukllaykuna). También hay espacios de tipo religioso (Música Cristiana, Reportaje Iglesias, Talento Cristiano, Diospak Taki o Película Cristiana).

4.2. Personal que forma parte del canal de televisión comunitario

El canal de televisión, vincula al personal que labora en el medio a través de contratos y acuerdos verbales o escritos. Los contratos son debidamente legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales. Mientras que, los acuerdos escritos o verbales son utilizados para asociar a colaboradores que apoyan a las actividades comunicacionales, como presentadores de programas, editores de productos audiovisuales y reporteros comunitarios. Cabe destacar que los voluntarios son personas oriundas de una comunidad u organización propietaria del canal. Así lo ilustra la Tabla 2.

Tabla 2: Personal que forma parte de los canales de televisión comunitarios

Medio	Número de colaboradores	Número de personas contratadas: Mediante remuneración	Número de voluntarios: Mediante acuerdos escritos o verbales
TV MICC canal 47 UHF	20 personas	5	15
PURUWA TV canal 38 UHF	5 personas	2	3

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Sostenibilidad económica en el canal de televisión

La sostenibilidad económica es un pilar fundamental para el funcionamiento del canal de televisión. Es así que, para mantener operativo el canal de televisión, se requiere entre 1.500 a 3.000 USD mensuales. Los recursos son empleados para el pago de servicios básicos y al personal que colabora en el medio, es cubierto principalmente por la publicidad de instituciones públicas y privadas, en el caso de *TV MICC*. Por otra parte, años atrás el medio de comunicación recibía donaciones de organizaciones internacionales. En los últimos años han sido limitadas por los trámites burocráticos impuestos por el estado ecuatoriano. *Puruwa TV*, al haber iniciado sus transmisiones recientemente no tenía publicidad. Se financiaba por el pago de transmisiones que realizan en las organizaciones indígenas como la Fundación para el Desarrollo Indígena de Chimborazo (FUDICH). Durante el segundo semestre del año 2019 han introducido publicidad. En la Tabla 3 se expone las principales fuentes de financiamiento del canal de televisión en la región central de Ecuador.

Tabla 3: Sostenibilidad económica en el canal de televisión

Radio	Principales fuentes de financiamiento		
	Publicidad	Donaciones	Otros
TV MICC canal 47 UHF	X		
PURUWA TV canal 38 UHF	X		X

Fuente: Elaboración propia.

4.4 Estrategias de participación comunitaria en la programación televisiva

El canal de televisión tiene diversas estrategias de participación. *TV MICC* y *Puruwa TV*, promueve la participación de las personas de la comunidad mediante la transmisión de información de sus localidades y de la tradición cultural. De esta manera se busca incentivar la retroalimentación de los televidentes, para que emitan su criterio en torno a la información difundida, utilizando llamadas telefónicas, mensajes al WhatsApp a sus productores o en redes sociales. En *TV MICC* anteriormente se realizaban programas con la participación de niños de diferentes sectores, pero, por falta de recursos económicos para incentivar su participación y de personal periodístico y voluntario, el programa se va limitando.

Los canales comunitarios buscan crear sus propios programas o formatos desde sus realidades, *TV MICC* ha creado una variada programación que busca dar entretenimiento a sus televidentes, sean de la parte urbana o rural, su slogan es “el canal de la diversidad”. *Puruwa TV*, al estar poco tiempo al aire proyecta programas pre grabados pero todos relacionados al indígena y de grupos sociales, su slogan es “el canal oficial de la interculturalidad”.

5. Discusión

En la región central de Ecuador, los canales de televisión comunitarios *TV MICC* y *Puruwa TV*, pertenecen a una organización indígena, siendo las primeras de entre los pueblos y nacionalidades indígenas que han logrado acceder a una frecuencia en el espectro radioeléctrico. También han enfrentado dificultades económicas y de capacitación. Estas razones han dado como resultado que el canal comunitario tenga problemas para despuntar al inicio de sus operaciones.

Por otro lado, en la provincia de Cotopaxi y Chimborazo, existen dos canales de televisión comunitarios, en Tungurahua el canal comunitario pertenece a una organización religiosa con matriz en la ciudad de Quito. A pesar de que la mayor población indígena del Ecuador se asienta en dichas provincias. Roberto Sánchez Montoya (2013) manifiesta que “en el caso ecuatoriano se tomó el modelo boliviano del 34% para la comunicación sin fines de lucro, pero sin incidir en la diferenciación entre organizaciones no gubernamentales y nacionalidades o pueblos originarios” (Sánchez, 2013: 166).

La sostenibilidad económica es uno de los principales problemas que afronta la televisión comunitaria. Ya que se requiere mensualmente, entre 1.500 y 3.000 dólares para pagos de servicios básicos y personal que colabora en el medio. De cierta manera, la esencia y objetivos del canal comunitario se vieron restringidos al acceso a pautajes publicitarios rentables, la concesión de la frecuencia de *TV MICC* caducó. Por ello los directivos y autoridades del canal de televisión han solicitado una prórroga para seguir operando y han iniciado los trámites para participar en el concurso público de frecuencia en el año 2019.

Por otro lado, *Puruwa TV*, al estar desde octubre de 2018 al aire, aun no pueden pautar publicidad. Se debe considerar que las empresas buscan publicitar en los medios que captan la atención de públicos objetivos con poder adquisitivo. En cambio, los medios comunitarios se deben a las comunidades históricamente excluidas, que tienen como principio democratizar la palabra y la imagen.

Un factor a considerar dentro de la vinculación del personal que colabora en el medio comunitario. A diferencia de los medios privados es que existen pocos contratos legalizados ante el Ministerio de Laborales del Ecuador. El principal apoyo para los medios comunitarios son los voluntarios que quieran colaborar con el principio del canal. Es así que:

Los medios comunitarios necesitan apoyo en capacitación técnica y financiera. Para quienes han surgido a partir de la espontaneidad, del ingenio y la necesidad de expresión, que les sea exigido un proyecto de comunicación, títulos profesionales, estudios técnicos y otros componentes para solicitar una frecuencia resulta un importante impedimento, que va en desmedro del verdadero propósito de la comunicación comunitaria comunicar (García y Ávila, 2016: 297).

Asimismo, no existe una participación y compromiso de la comunidad en el canal de televisión, específicamente en el ámbito administrativo, financiero y comunicacional. Las personas que intervienen en la administración y manejo financiero del canal, son nombradas por autoridades de las organizaciones, comunidades o la fundación a las que pertenece el medio. En tanto que la estructuración de los contenidos para la parrilla de programación son planteadas de acuerdo a los temas o ejes que son trazados cada dos años en la asamblea general, es el caso de *TV MICC* por parte del Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi.

De cierta manera la población se mantiene al margen de la propuesta comunicacional del medio. Sin embargo, hay que destacar iniciativas como las de los colaboradores de los dos canales comunitarios, que han buscado la forma de involucrar a los propios comuneros en los contenidos del medio. Desde su propia lengua y realidades. Al mismo tiempo han adjudicado espacios para sectores vulnerables históricamente excluidos en la televisión privada, por ejemplo, en estos medios son los únicos donde existen programas en idioma *quichua*.

6. Conclusiones

Es primordial que en la Ley de Comunicación de Ecuador se instaure una diferencia clara entre medios comunitarios y públicos, de organizaciones indígenas o nacionalidades indígenas y de grupos religiosos. Para que, en función de sus diferencias se defina la sección del medio. Asimismo, desde el marco legal se debe promover la colaboración de los propios comuneros como voluntarios, para así fomentar la participación ciudadana y cumplir con la

misión social del canal de televisión. Además, el estado debe establecer políticas viables que faculden la sostenibilidad económica de los canales comunitarios.

De igual manera, se establece que los canales comunitarios estudiados existe escasa participación de los habitantes de las comunidades. Por ello, los dirigentes indígenas, deben crear estrategias de comunicación horizontal que permitan involucrar a la ciudadanía en el diálogo de saberes para el bien común, así como brindar una capacitación técnica, administrativa, financiera y comunicacional a todos quienes son parte de la organización.

Finalmente, a través del trabajo conjunto con las universidades, se debe trabajar en el mejoramiento de los formatos audiovisuales. A fin de aprovechar las bondades de las nuevas tecnologías en favor de los contenidos de entretenimiento o programas que aborden problemas relevantes a las nacionalidades indígenas, con el fin de encontrar soluciones desde el desarrollo local y se empoderen de sus procesos comunicacionales, así como conservar la lengua de los pueblos y nacionalidades indígenas.

7. Referencias bibliográficas

- Amarc. (2010). *Principios para garantizar la diversidad y el pluralismo en la radiodifusión y los servicios de comunicación audiovisual*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y Caribe, Buenos Aires. Disponible en: <https://goo.gl/BzVbAC>
- Angulo, L. & Zabaleta Urquiola, I. (2010). *Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana*. Ponencia presentada en el II Congreso Internacional AE-IC. Comunicación y desarrollo en la era digital. 3 al 5 de febrero de 2010. Disponible en: <http://cort.as/-LEo>
- Arnedo B., Hernández D., & Jurado J. (2014). El laberinto de las radios comunitarias en Bolívar: entre la subsistencia y el aporte social al desarrollo comunitario. *Palabra: Palabra que obra*, (14), 238-256. Disponible en: <https://goo.gl/jWDr3k>
- Asamblea Nacional (2013-06-25). *Ley Orgánica de Comunicación (LOC)*. Quito. Recuperado de <http://cort.as/-LHEj>
- Barragán V. & Abellán J. (2016). Derechos Humanos, democratización de medios e interculturalidad en Ecuador. En *La pantalla insomne*. Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 3104-3119. doi: 10.4185/cac103
- Barragán, V., & Garzón, B. (2017). "Radios de las Nacionalidades en Ecuador. Un proceso de acción de los derechos a la comunicación". En Vicente Barragán e Iván Terceros, *Radios, redes e internet para la transformación social*, CIESPAL, Quito, pp. 73-94.
- Beltrán, L. R., & Reyes, J. (1993). Radio popular en Bolivia: la lucha de obreros y campesinos para democratizar la comunicación. *Diálogos de la Comunicación*, (35), 14-31. Recuperado de: <https://goo.gl/oSpvBR>
- Cerbino, M. & Belotti, F. (2016). Medios comunitarios como ejercicio de ciudadanía comunicativa: experiencias desde Argentina y Ecuador. *Comunicar*, (47), 49-56. doi: <https://doi.org/10.3916/C47-2016-05>
- Constituyente, E. A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado de <http://cort.as/-KbQc>

- El Telégrafo (2014 agosto 5). *El primer canal de TV producido por indígenas tiene sede en Cotopaxi*, recuperado de: <https://goo.gl/d76282>
- Galán, J. (2015). *Los medios comunitarios, un reto para la comunicación en el Ecuador*. Quito, Universidad Politécnica Salesiana. Disponible en: <https://goo.gl/gQjrFd>
- García García, J. (2017). Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva. *Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 10(1), 30-41. DOI: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4535>
- García, N., & Ávila, C. (2016). Nuevos escenarios para la comunicación comunitaria: Oportunidades y amenazas a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil a partir de la aplicación del nuevo marco regulatorio ecuatoriano. *Palabra Clave*, 19(1), 271-303. Disponible en <https://goo.gl/JeotX7>
- Gumucio, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6-19. Disponible en: <https://goo.gl/rTcgVa>
- Kaplún, G. (2007). "La comunicación comunitaria". En AAVV: *Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano*. Madrid, Fundación Telefónica y Ariel, 311-320.
- Martínez-Roa, O. G., & Ortega-Erazo, E. G. (2018). Percepciones y participación en emisoras de radio comunitaria en Nariño-Colombia. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26(54), 81-90. doi: <https://doi.org/10.3916/C54-2018-08>
- Milan, S. (2006). Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo. *Investigación & Desarrollo*, 14(2), 268-291. Disponible en: <https://goo.gl/TCKDLV>
- Mora, C. (2011). Formas de participación en las radios comunitarias habilitadas del Táchira: Estudio de campo. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 4 (1), 134-161. Disponible en: <https://goo.gl/S1Kpmb>
- Navarro Nicoletti, F. (2017). Neoliberalismo y radios comunitarias: los años noventa y la realidad actual. *Improntas de la Historia y la Comunicación*. (4), 1-15. doi: <https://doi.org/10.24215/24690457e014>
- Noboa, M. L., Loor Saltos, M. G., & Del Pozo, V. H. (2018). Televisión Comunitaria: factores de éxito para el crecimiento en Ecuador. *Killkana Social*, 2(1), 27-32. DOI: https://doi.org/10.26871/killkana_social.v2i1.181
- ONU (Naciones Unidas) (1996). *Proclamación del 21 de noviembre Día Mundial de la Televisión 51/205*. 88ª sesión plenaria. Disponible en <https://undocs.org/es/A/RES/51/205>
- Páez, H. A. (2012). Tv Comunitaria: ¿Una Televisión Qué Se Ve? Medición de audiencia del Canal Comunitario Tv. *Revista Ingenio UFPSO*, 4(2), 59-66. Recuperado de <https://goo.gl/p2HMj9>
- Parra, J. D. (2006). Sintonizando la participación política en la televisión comunitaria. *Palabra Clave*, 9(2): 67-76. Disponible en <https://goo.gl/WwVPYj>
- Peña, M. F. (2012). "Voces y sonidos de la madre tierra": jujunula makuira, la radio que fortalece el tejido social en La Guajira colombiana. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 10(20), 197-212. Recuperado de <https://goo.gl/Y4gQgZ>
- Román, M. J. (2010). Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, (21): 141-164. Recuperado de <https://goo.gl/cpJjPx>
- Sánchez, R. (2013). Apuntes para el debate ecuatoriano sobre medios: Distribución de frecuencias, ¿posibilidades para la educocomunicación? *Alteridad*, 8(2), 162-170. Doi: <https://doi.org/10.17163/alt.v8n2.2013.04>



Radios universitarias en escenario de convergencia: Reflexiones sobre la formación profesional y el papel de las universidades

*University radios in a convergence scenario: thoughts about the
professional formation and the university role*

*Rádios universitárias em cenário de convergência: Reflexões sobre a
formação profissional e o papel das universidades*

Debora Cristina LÓPEZ

Universidade Federal de Ouro Preto / deboralopezfreire@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Ensayo, pp. 233-246)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 17-01-2018 / Aprobado: 02-07-2019

Resumen

Ese artículo discute la necesidad de una nueva mirada hacia la enseñanza de radio, para conocer los retos del periodismo. Para contestarla, en este medio buscamos discutir la enseñanza de radio e indicar de qué manera los retos y tendencias de la radio cambian los caminos de su enseñanza. Indicamos la necesidad de acercamiento de las universidades a los productores de contenido y de una revisión de las prácticas pedagógicas que comprenda la formación de la identidad profesional en dialogo con la formación del periodista y del periodismo en la radio expandida.

Palabras clave: radio; enseñanza universitaria; periodismo; formación profesional; práctica periodística

Abstract

This article discusses the need for a new look at radio education, to understand the challenges of radio journalism. To answer this question, we seek to discuss radio teaching and indicate how the challenges and trends of radio affect the ways of radio teaching. We indicate the need for universities to approach content producers and - a review of pedagogical practices that includes the formation of professional identity beyond - in connection with the formation of journalists and journalism on the expanded radio.

Keywords: radio; university education; journalism; professional training; journalistic practice

Resumo

Este artigo discute a necessidade de um novo olhar para o ensino de rádio, para conhecer os desafios do rádiojornalismo. Para responder a esta questão, buscamos discutir o ensino de rádio e indicar como os desafios e tendências do rádio mudam os caminhos de seu ensino. Indicamos a necessidade de aproximação das universidades aos produtores de conteúdo e de uma revisão das práticas pedagógicas que compreenda a formação do jornalista e do jornalismo no rádio expandido.

Palavras-chave: rádio; ensino universitário; jornalismo; formação profissional; prática jornalística

1. Introducción

La radio vive hoy uno de los cambios más importantes de su historia (Faus Belau, 2001). El debate está centrado en sus nuevas prácticas, sus rutinas, el mercado en el que opera, el perfil de su audiencia, las nuevas formas de interacción y participación, así como su estructura técnica y tecnológica (Lopez, 2010; Ferraretto et al, 2010; Ferraretto & Kischinhevsky, 2010; Klöckner, 2011; Kischinhevsky, 2011). Sin embargo, poco se habla de los cambios reales en el contenido, la programación y la esencia del medio. En este diálogo se considera la configuración de las condiciones de producción del periodismo de radio, la coordinación entre las prácticas, herramientas, audiencia y su reverberación en el contenido - y, por supuesto, de la relación de este escenario con la enseñanza universitaria. Miramos al periodismo radiofónico en el escenario de convergencia como una realidad compleja y multifacética en el que uno no puede estrechar la mirada a las rutinas o a los espacios ocupados y herramientas adoptadas, o - a desarrollar un estudio instrumental y tecno-céntrico, sin tener en cuenta los cambios ambientales, sociales, de comportamiento y culturales del medio donde actúa. Si la cultura de la convergencia de Jenkins (2006) nos lleva a entender la audiencia y la dinámica de sociabilidad de una manera distinta al mirar a la radio, ¿cómo es posible que no tengan en cuenta el contenido y la organización del entorno como variables importantes en la comprensión de su nuevo papel en la corriente ecológica de los medios?

El nuevo contexto de la radio ofrece al medio de comunicación y a sus usuarios otros formatos, contextos, estrategias, soportes y plataformas (Lopez, 2010). Su inclusión en el escenario de la convergencia se refleja, no sólo en el producto desarrollado, como en sus rutinas y sus usos por parte de la audiencia. Sin embargo, observamos que muchos cambios reiteran el carácter circular de los eventos que conducen a la potenciación y recuperación de formatos y características predominantes del medio en las fases anteriores-. Es el caso de la participación. Uno de los elementos más llamativos del medio es ahora reforzado por las tecnologías digitales (Quadros, 2013; Menegusso et al, 2010), los nuevos espacios ocupados por la radio (Kochhann et al, 2011) y el perfil participativo del consumidor de información actual, que también se caracteriza por ser un productor y usuario, el “*producer*” (Bruns, 2011). Esta mirada a la historia, la reanudación de las estrategias y el reconocimiento de los éxitos y fracasos anteriores, repercuten en lo que Lopez (2010) presenta como una necesidad: el mantenimiento, incluso en plataformas digitales, de la esencia narrativa acústica y la identidad de la radio. Este marco -las estrategias narrativas y de composición del propio medio- constituye el contenido. Ya sea a través de la adopción de videos, audio-*slideshows*, fotos, audios o textos presentes en los dispositivos móviles, la radio sigue luchando para construir su identidad en el panorama digital, donde compite más estrechamente con otros medios de comunicación y se expande como Kischinhevsky (2012a, 2014) y Kischinhevsky

& Marchi (2016) indican, a los espacios que no eran suyos, pero que concentran su audiencia - la existente y la deseada-.

En este contexto de la radio como escenario de convergencia ubicamos nuestro discurso. Tenemos la intención de discutir no sólo el medio en el que opera, sino también las consecuencias para la enseñanza del periodismo de radio y para las prácticas pedagógicas que ocupan las universidades, predominantemente las latinoamericanas. A partir de los estudios realizados en los últimos diez años, comenzamos nuestra reflexión dibujando un panorama de esta radio, indicando mutaciones por las que pasó y que juegan un papel fundamental en el diseño de su perfil en la nueva ecología de los medios (Scolari, 2013; 2015). Entonces-buscamos, desde preguntas / problemas prácticos de la profesión, ubicar nuestro discurso sobre la enseñanza del periodismo, especialmente la radio¹. Desde -nuestra mirada- destacamos, que la defensa que hacemos no radica en la tecnologización que ignora la esencia de la profesión, pero en la comprensión de que esta nueva radio requiere del periodista algo más que habilidades técnicas. - Exige un periodista que piense los fenómenos comunicacionales y sociales de manera compleja, que observe y escuche a la sociedad, para identificar y comprender los acontecimientos; y, que para eso establezca un diálogo, en la producción de radio, con la identidad profesional y las peculiaridades culturales del sitio en el que opera. Observamos al periodista de radio como un sujeto que actúa en una sociedad compleja y que por lo tanto no puede ser visto o considerado como un mero ejecutor técnico.

Este contexto también abriga la crítica a los modelos de universidades cada vez más presentes en las sociedades neoliberales occidentales. Por lo tanto, se discute la posible relación entre la formación de esta identidad profesional - y en consecuencia el mercado periodístico - y la expansión de las universidades corporativas y humboldtiana en la escena latinoamericana. El carácter fragmentario de esta universidad ¿formaría un periodista reflexivo, preocupado por su papel en la sociedad y entrenado más allá de la técnica? ¿O conduce a la formación de profesionales tecnocéntricos y poco interesados en temas relacionados con la sociedad para la que hablan? Dejamos aquí la hipótesis de que la enseñanza del periodismo afecta a la configuración del mercado y de que la organización de las universidades hacia los intereses del mercado ha contribuido a fortalecer la mirada tecnocéntrica al periodismo. Este artículo es parte de un esfuerzo más amplio, que tiene como propuesta mirar a la radio universitaria y a su relación con la enseñanza de radio. Entonces, puede ser identificado como un ensayo sobre la radio y la universidad, que objetivamente entre otras cosas, lanza- una mirada hacia el problema de la enseñanza, de la

1 El origen de ese artículo es la práctica docente de la autora, los retos que ha encontrado en los años que ocupa el espacio de la enseñanza y del intercambio personal y profesional con los estudiantes de periodismo. Pero la mirada hacia la enseñanza de radio en el artículo se ha construido, además de esas experiencias docentes, a través de la revisión bibliográfica y de la búsqueda por reflexiones y prácticas docentes de periodismo radiofónico desarrolladas en Latinoamérica y publicadas por docentes investigadores.

práctica de laboratorio en la universidad y sus relaciones con dichas emisoras. Sin embargo, no se presenta como una propuesta empírica, sino como una aproximación teórico metodológica a la cuestión.

2. ¿Y la radio?

Para entender lo que es la radio uno no puede tratar de definirlo en “cajas” conceptuales, señalando varios criterios que deben cumplir para que sepamos qué es y qué no es la radio. Radio, inicialmente, es sonido. Pero hoy podemos decir que la radio es principalmente sonido, complementado por una narrativa compleja, entrelazada, multimedia, con frecuencia multiplataforma y raras veces transmedia. Sin embargo, es un medio de producción colectiva, quizás más que nunca. Demanda de sus profesionales la actualización tecnológica, pero sobre todo, la comprensión sobre el sitio donde opera. Requiere, como siempre, que el periodista observe fenómenos, entienda la sociedad, observe y escuche los acontecimientos. Todavía es radio, pero fuera de las “cajas” conceptuales. Todavía es radio, pero múltiple. Y local. Local por el contenido que produce, porque ya no tiene límites de acceso al ponerse *online*. Aún es sonido, pero en la unidad narrativa (que se puede combinar con elementos multimedia) sin ser de manera excluyente, en todo lo que produce y transmite. Y eso no pasa por una limitación tecnológica, sino como una opción al buscar una identidad editorial.

Estas configuraciones estructurales y del contenido no vienen de la nada. De ello se desprende una trayectoria histórica que indica el papel del contexto y su potencial. La radio en el curso de su historia, cumple diferentes roles. Comenzó como un espacio de reflexión y análisis de los eventos (Jung, 2004). Entonces ha asumido un carácter más informativo y de acontecimientos en el periodismo (Ferraretto, 2001), mientras que también ha servido como una fuente de entretenimiento a través de los programas de radio, auditorio y comedias (Moreira, 2001; Lago 1977; Calabre, 2004; López Vigil, 1986). Estas producciones marcan la estética de la radio, cómo se definió en su edad de oro. Pero también marca su trabajo, su papel cercano y compañero que se ha mantenido y ampliado al interés público, a la información local, a la actualización y al análisis rápido de los hechos. Estas responsabilidades con el público resuenan aún hoy en las plataformas digitales que incorporan nuevos compromisos mediante la integración con sistemas de geolocalización y acceso de banda ancha en movilidad (Weiss, 2013). Hoy en día la radio puede mejorar la personalización de la información de tráfico, que siempre ha sido importante, a través de mapas y sistemas de gestión del tráfico, a menudo en colaboración, como en el caso de *Waze* (Rutilli, 2014).

La complejidad del sistema de comunicación y los flujos de oferta y demanda de información (Kischinhevsky & Ferraretto, 2010) generan consecuencias que van más allá de las relaciones profesionales o de las rutinas productivas. El flujo de comunicación se altera, es afectado por un público más activo y

con una descentralización - y la consiguiente expansión - del suministro de información. En la radio, una de las consecuencias, según lo indicado por Lopez (2009) y Ferraretto (2009), es la expansión del contenido analítico, reflexivo, y no necesariamente informativo. Entre los posibles formatos para la presentación de análisis e interpretaciones surgen la crónica (Freire & Lopez, 2011) y las piezas de opinión. En esas piezas, la explotación de los elementos del lenguaje acústico a través de una narrativa compleja que explora músicas, efectos, entonaciones, palabras y silencios, busca asignar argumentos por el ritmo, solidificar la narrativa, recrear los escenarios e involucrar al oyente-internauta en el consumo inmersivo. Estas producciones construidas a partir de una narrativa acústica compleja todavía pueden ser vistas como un nuevo enfoque que creemos revela una tendencia en el periodismo radiofónico. Indica una fuga, incluso en pequeños pasos, de la priorización de la actualidad a expensas de la profundización y el empobrecimiento estético en un momento de predominio de la *talk radio*. Por lo tanto, la complejidad de la narrativa sonora en producciones especiales se presenta como una tendencia de la radio actual con la exploración de elementos estéticos y expresivos propios de la edad de oro del medio. Lo mismo es cierto cuando se considera la complejidad narrativa dedicada a la radio y el consumo multimedia en movilidad, especialmente con un público ampliamente conectado.

Sin embargo, esto requiere del periodista una comprensión más amplia del fenómeno, que considere varios de los agentes de un evento, diferentes puntos de vista, con interferencias históricas y culturales. El intercambio cultural característico de este mundo globalizado, en última instancia, ejerce doble función - y, a menudo contradictoria - cuando está vinculado a la práctica periodística: mientras favorece la aparición de iniciativas multiculturales y el enfoque de los grupos distantes, expone la fragilidad de un periodista amenudo no preparado para hacer frente a múltiples realidades y a la complejidad de la sociedad actual, como dice Morin (2000). Esta falta de preparación, especialmente al considerar los nuevos roles ejercidos por los medios de comunicación y otros actores de la actual ecología de los medios, genera un embate entre las prácticas de producción de una radio que poco dialoga con las fuentes protagonistas de los acontecimientos y que raras veces busca las informaciones en el campo, presentando observaciones, análisis, descripciones, impresiones a la audiencia (Lopez, 2010; Quadros, 2013; Rutilli, 2014; Galvão Jr, 2015).

El periodista se presenta con nuevas habilidades multimedia, multi-plataforma, multi-tarea (Lopez, 2012). Para Zaragoza (2002), todavía debe tener entre sus habilidades la flexibilidad, capacidad de adaptación, el cambio de rutinas, ser multilingüe, tener iniciativa, conocimientos técnicos y capacidad de concentración. Estas habilidades fundamentales para el periodista en el escenario de convergencia periodista se han reproducido en las facultades y universidades, dejando al borde las habilidades fundamentales de la profesión:

la capacidad y el conocimiento para leer el mundo, la voluntad de entender los matices de un evento y la mirada que permite descubrir las noticias, observándola, revelándola. La educación humanista, la comprensión de los fenómenos desde una perspectiva más amplia, la comprensión de los procesos de comunicación son tan importantes como el dominio de la práctica deriva de una educación no fragmentaria y densa. Como señala Morin (2000), la universidad tiene la responsabilidad de romper esta fragmentación o no será capaz de relacionarse con la complejidad de la vida actual.

3.. Universidades y la enseñanza de periodismo de radio

Este equilibrio mencionado anteriormente es un ideal que parece impregnar la historia de la educación superior. Pereira (2009) muestra dos tendencias principales en la organización de las universidades en el mundo occidental, la idealista y la funcionalista. En la primera,

el postulado de una educación general se centró en el desarrollo de la inteligencia; en la unidad de docencia e investigación con un grupo docente creador de la facultad y un cuerpo estudiantil integrado a este; en la libertad académica para que la investigación sea la búsqueda de la verdad - un verdadero derecho humano - en todas partes, sin verse limitados por las fuerzas de poder de la sociedad; y las reglas de organización estructural, curricular y administrativa que emanan desde el interior de la universidad-. (Pereira, 2009, p. 32)

Esta búsqueda del desarrollo intelectual incluye la mirada de Humboldt al papel de la universidad en la formación de los sujetos, con la priorización de la investigación sobre la enseñanza de forma más cercana, buscando construir este proceso de “descubrimiento intelectual”, análogo al desarrollo moral de los sujetos. Pereira (2009, p. 34) recuerda que “al largo de los tiempos, el énfasis curricular de las instituciones universitarias empieza a trabajar más el aspecto científico que el moral”, y añade que principalmente en los países considerados en desarrollo, la “defensa de la necesidad de avances científicos y tecnológicos es comprendida más como una necesidad económica y menos como un aspecto de constitución moral y cultural de su pueblo”.

La segunda perspectiva observa en la universidad un vínculo con las necesidades sociales, la mayor parte vinculada a fines de utilidad pública, a la situación socio-política, a los efectos de la formación profesional y política. Son extremos que se representan más claramente con la consolidación de Universidades Corporativas, que aparecen en la década de 1980 en Estados Unidos de América. Si la mirada humboldtiana original es la autonomía en el proceso de la educación superior y la construcción de la enseñanza de la investigación, en las universidades corporativas en lo que se observa es la depreciación de la visión científica en lugar de la búsqueda de un perfil profesional que no posea necesariamente una identidad del periodista, pero

que se adapte a las necesidades, las normas y los requisitos de la empresa, en respuesta a una lógica de la mano de obra de fábrica, según lo indicado por Silva & Balzan (2007, p. 237). Para los autores, universidades corporativas están apuntando a la formación de un profesional que debe:

Tener en cuenta todos los cambios derivados de la globalización; mantener una “posición crítica” cuando un compañero de trabajo no está cumpliendo con su papel en el proceso de producción; ‘Ser flexible’, pero al límite de su célula de trabajo; “Tomar la iniciativa para resolver problemas”, en la mayoría de los casos, de la máquina, y no el suyo; “Trabajo en equipo” para mejorar la productividad, y no crear lazos comunitarios. De todos modos, este profesional tiene que ser un ‘multi-profesional polivalente’ para satisfacer las necesidades del mercado, mientras que sus necesidades personales no se cumplen.

Creemos en el espacio de las emisoras universitarias, hoy, como algo más allá de experimentación en el contenido, sino como un laboratorio fundamental para que los nodos del proceso de enseñanza-aprendizaje se puedan conectar, rompiendo con este carácter fragmentario que se presenta - para un camino u otro - en las estructuras básicas de las universidades en el mundo occidental. Pero ¿Que es una emisora universitaria? ¿Cuál es su papel en el ecosistema mediático y en el proceso formativo del profesional?

La propia definición de radio universitaria no es consensual. Ni todos los países las definen en sus leyes y la bibliografía muchas veces no es clara sobre que se comprende como radio universitaria. En Brasil, por ejemplo, la legislación indica que “[...] las universidades tienen competencia para la ejecución de servicios de radiodifusión, y las radios de las universidades [públicas o privadas] son encuadradas como educativas”² (Deus, 2003: 309). En el concepto de radio universitaria, aunque no sea consensual, coincide en la necesidad de la representación plural de los hechos, de la sociedad, de las expresiones de cultura, arte y pensamiento. A la par, Agueda & Martín-Pena (2013), al dibujar un panorama de las radios universitarias en el mundo señalan que el escenario actual es heterogéneo y diverso, con la coexistencia de distintos modelos. Para los autores (2013, p. 66), estos modelos comparten “el servicio a su entorno más inmediato y la difusión de las actividades e inquietudes de la comunidad universitaria en el seno de la sociedad en que se encuentran”. Agueda & Martín-Pena (2013) recuerdan que en Latinoamérica las radios universitarias existen desde la década de 1920 y han avanzado en organización y producción en los últimos años. Datos del 2011, presentados por los autores a partir de Casajús, apuntan para más de 300 emisoras universitarias de habla hispana en el continente – llegando a 350 si consideramos las radios universitarias brasileñas.

2 En el original: “[...] as universidades possuem competência para a execução de serviços de radiodifusão, e as rádios das universidades [públicas ou privadas] são enquadradas como educativas”. Traducción de la autora.

Este escenario de avances y fortalecimientos es positivo pero no nos lleva a la solución de los retos de la formación y de la comunicación universitarias. No basta entender que existen lagunas. Debemos buscar la manera de llenarlas. En la enseñanza de radio, la participación en los canales universitarios puede permitir que el estudiante conecte cuestiones que de otro modo serían subjetivas y lejanas, como la gestión de una radio y su vínculo con el contenido periodístico que produce o la gestión de las redes sociales institucionales. Pero más que eso, la formación del periodista va más allá de ser un técnico que realiza el diagnóstico y la planificación, sino- como un sujeto que puede hacer diferencia en una sociedad viene fundamentalmente de la universidad -incluyendo la práctica profesional celebrada en una estación universitaria. Esta realidad “impone una reflexión sobre la capacidad de los cursos de periodismo de formar profesionales capaces de hacer frente a una nueva realidad en constante movimiento [...], asumiendo una visión reflexiva y crítica de actividad periodística” (Kischinhevsky, 2014b: 51)³.

El autor también recuerda que la dicotomía que separa la práctica periodística de la teorización académica resulta en una formación que no tiene en cuenta el diálogo, sin concebir la formación que incluye tanto una mirada humanística como las características específicas de la profesión. Este diálogo debe también reflejarse en los espacios de producción y experimentación, que en un momento histórico como el actual, insertados en la llamada cultura de convergencia (Jenkins, 2006), que trata de un público activo y conectado (Masip & Suau, 2014) y tiene a su disposición herramientas en línea que permiten la construcción de contenidos de narrativa y estructura más compleja con reducidos costes técnicos. La ausencia, en este sentido, radica más en el estímulo a la reflexión sobre el periodismo y la sociedad. “El proceso también implica el dominio de la información y el conocimiento y, al mismo tiempo, movilizarlos y aplicarlos de una manera significativa a las diferentes situaciones”⁴ (Del Bianco, 2014: 161). La producción experimental en emisoras y programas educativos, de esa manera, debe reflexionar sobre la identidad del periodismo y del periodista, debe incluir discusiones sobre los procesos de construcción de las noticias y de la importancia de la radio a su audiencia, debe repercutir debates contruidos en las clases y más allá de ellas y fundados por las teorías de la comunicación y el periodismo.

3 En el original: “impõe uma reflexão sobre a capacidade dos cursos de Jornalismo de formar profissionais aptos a lidar com uma nova realidade em constante movimento [...], assumindo uma postura reflexiva e crítica diante do fazer jornalístico”. Traducción de la autora

4 En el original: “O processo envolve, também, dominar informações e conhecimentos e, ao mesmo tempo, mobilizá-los e aplicá-los de modo pertinente a diferentes situações”. Traducción de la autora.

4. Algunas consideraciones

Este texto no tiene intención de cerrar el debate. Por el contrario, trata de enumerar los puntos que consideramos estratégicos para la radio, la radio universitaria y más específicamente para la enseñanza del periodismo radiofónico. La relación de universidades con el mercado de la comunicación ha revelado múltiples facetas en América Latina. El escenario implica la desarticulación entre la teoría y la práctica (Braga, 2007; Kischinhevsky, 2014); y, la priorización de la teoría a expensas de la formación profesional (Meditich, 2012)- hasta el extremo opuesto de la configuración de las universidades corporativas (ya sea de las propias empresas o la apropiación de este modelo por las instituciones educativas, en su mayoría privadas, que guían sus decisiones didácticas sólo por la capacidad de inserción de sus egresados en el mercado laboral).

Defendemos que la universidad es un espacio de formación que habla en el mercado, pero no en esta perspectiva. El diálogo se establece sobre la influencia mutua, ya que los profesionales capacitados influyen, a mediano y largo plazo, en la creación de una identidad profesional, lo que a menudo es ignorado por bancos de la escuela. Este proceso consiste en la comprensión de los compromisos de la radio como una actora social; la importancia del periodismo en la sociedad contemporánea; la complejidad de las relaciones que se establecen en este nuevo escenario; y, que la técnica- sin reflexiones humanistas, no se sostiene por si sola. Conocer las herramientas que permiten la construcción de una narrativa multimedia no basta al periodista de radio si su contenido no es compuesto de manera reflexionada, como para interesar y cautivar al público, proporcionando un consumo inmersivo. Este proceso de formación es parte de una red que involucra una mirada trans-disciplinaria, que une directa e indirectamente la producción de la práctica de laboratorio de radio y su vinculación a las otras asignaturas del currículo y las actividades de investigación y extensión que caracterizan el espacio universitario.

Los cambios en la ecología de los medios se refleja directamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En las clases de periodismo no se puede trabajar con las tradicionales “lectures” en el ejercicio del profesorado, que no tienen altos niveles de conexión con los estudiantes. De la misma manera, los docentes necesitamos conocer y comprender las mutaciones del medio radiofónico para que podamos enseñarlas a los alumnos. Más importante de que conocer las técnicas o las posibilidades ofrecidas por los dispositivos es conocer el escenario y pensar el medio desde un punto de vista diferenciado. No basta poner la radio de antena en las plataformas digitales. No basta utilizar herramientas digitales para componer una narrativa tradicional. Es necesario, para el periodista del siglo XXI, comprender el reto del multiplataforma, de la complejidad narrativa multimedia de eje sonoro, conocer e incorporar cualitativamente las nuevas dinámicas de circulación de contenido y las especificidades de los cambios

que genera la nueva ecología de medios al dirigirse a una audiencia más activa, que potencializa características esenciales de la radio en el acercamiento del contenido a su público.

Ese nivel de complejidad de los procesos comunicativos se refleja también en las aulas universitarias. Como hemos dicho, no se trata de presentar herramientas, sino de presentar y propiciar de manera activa y autónoma el pensar y el hacer una nueva radio. La responsabilidad docente no está restringida a la formación profesional, pero se apropia de ella para hacer crecer y mejorar - la radio y a su producción en el mercado. Entonces, el aislamiento que por muchos años ha caracterizado la academia hoy no - se sostiene más. La docencia de periodismo es por sí un reto de actualización sobre los procesos, contextos y responsabilidades, de modo -que uno no ponga de lado las discusiones éticas y de compromiso social para enfocar de manera restringida en la tecnología. La universidad es, más que nunca, un espacio de creación de profesionales de calidad, pero también de un periodismo actual, responsable, calificado y reflexivo, que comprende los cambios narrativos y estructurales del medio y a través de ellos permite la recreación de la propia radio.

Al final de ese esfuerzo para conocer los retos de la enseñanza de radio, creemos haber contestado nuestro principal tema al presentar para el debate la duda sobre si el modelo tradicional de la formación del periodista radial está adecuada a la cultura de la convergencia y aún más, a la cultura de la conexión (Jenkins et al, 2014). Defendemos el cambio de perspectiva, con la adopción de metodologías alternativas (aunque algunas ya consolidadas, como el *Project Based Learning*⁵) que permitan a los alumnos la proactividad, el debate y la proposición y miradas innovadoras hacia el problema, construida a partir de sus experiencias y del acercamiento a los cambios de los medios. La nueva radio nos presenta el reto de la nueva enseñanza.

Como nos recuerda Kaplún (2017) no es posible que veamos los programas educativos o culturales como algo des-interesante, “que sabe a remedio” y alejado de- la audiencia, “Como aquellos medicamentos de nuestra infancia que, para hacer efecto, según juzgaban - nuestros padres, necesariamente necesitaban tener ‘gusto de remedio’, o sea, un sabor amargo y desagradable” (Kaplún, 2017: 19)⁶. Hablar de una emisora educativa, argumenta el autor, está más allá del viejo profesor puesto solo ante al micrófono. Cuando uno habla de la producción de contenido educativo o cultural, necesita mirar una audiencia distinta, que produce una radio que suena nueva y viva. Las metodologías de enseñanza variables, que nos permiten salir de la caja, huir de los padrones de

5 *Project Based Learning* “Es un enfoque instructivo (y curricular) centrado en el alumno que permite a los estudiantes realizar investigaciones, integrar teoría y práctica, y aplicar conocimientos y habilidades para desarrollar soluciones viables a un problema definido” (Savery in: Ertmer et al, 2015, p. 7).

6 En el original: “Como aqueles medicamentos da nossa infância que, para fazerem efeito, conforme julgavam nossos pais, necessariamente precisavam ter “gosto de remédio”, ou seja, um sabor amargo e desagradável”. Traducción de la autora.

producción radial al escuchar a los alumnos y percibir que son ellos los oyentes de hoy y que es con ese público que necesita hablar la radio.

Referencias bibliográficas

- Aguaded, I., & Martín-Pena, D. (2014). Educomunicación y radios universitarias: panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(124), 65 - 72.
- Braga, J. L. (2007). Ensino e pesquisa em Comunicação: da teoria versus prática à composição contexto & profissão. *Comunicação & Educação*. Ano XII, Num 02, mai/ago.
- Bruns, A. (2011). Gatekeeping, Gatewatching, Real-Time Feedback: new challenges for journalism. *Conferência no IX Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro*. Disponible en: <http://snurb.info/files/2011/Gatekeeping.%20Gatewatching.%20Real-Time%20Feedback.pdf>
- Calabre, L. (2004). *A Era do Rádio*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Del Bianco, N. (2014). Quando a sala de aula é um laboratório de ensino-aprendizagem de radiojornalismo. In: Soster, Demetrio; Tonus, Mirna (coords). *Jornalismo-laboratório: rádio*. Santa Cruz do Sul: EdUNISC.
- Deus, S. de (2003). Rádios Universitárias Públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. *Em Questão*. 9(2), p. 327-338.
- Ertmer, P.; Hmelo-Silver, C.; Walker, A.; Leary, H. (2015). *Essential Readings in Problem-Based Learning: Exploring and Extending the Legacy of Howard S. Barrows*. West Lafayette: Purdue University Press.
- Ferraretto, L. A. (2001). *Rádio: o veículo, a história e a técnica*. 2ª ed. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto.
- Ferraretto, L. A. (2009). Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade da oferta. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 32., 2009, Curitiba. Anais...São Paulo: Intercom. Disponible en: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0091-1.pdf>
- Ferraretto, L. A.; Kischinhevsky, M. (2010). Rádio e convergência - Uma abordagem pela economia política da comunicação. In: *Encontro Anual da Compós*, 19., 2010, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro: Ed PUC-Rio. Disponible en: http://compos.com.puc-rio.br/media/g6_luiz_arthur_ferraretto_marcelo_kischinhevsky.pdf
- Freire, M.; Lopez, D. C. (2012). Linguagem radiofônica e jornalismo: um estudo das estratégias estéticas das séries de reportagens da Rádio Eldorado. *Logos (UERJ. Impresso)*, v. 18, p. 134-144. Disponible en: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/2158>
- Galvão Júnior, L. (2015). Sonoridades alémmar: a evolução do Radiojornalismo em Portugal. In: *Encontro Brasileiro de História da Mídia*, 10., 2015, Porto Alegre. Anais...Porto Alegre: Alcar.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.
- Jenkins, H. ; Ford, S.; Green, J. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.
- Jung, M. (2004). *Jornalismo de Rádio*. São Paulo: Contexto.

- Kaplún, M. (2017). *Produção de Programas de Rádio, do roteiro à direção*. Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti (Organizadores de la traducción). São Paulo: Intercom, Florianópolis: Insular.
- Kischinhevsky, M. (2011). Rádio social - Uma proposta de categorização das modalidades radiofônicas. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 34., 2011, Recife. Anais... São Paulo: Intercom. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1917-1.pdf>
- Kischinhevsky, M. (2012). Radiojornalismo comunitário em mídias sociais e microblogs: circulação de conteúdos publicados no portal RadioTube. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. 9(01), 136-148. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n1p136>
- Kischinhevsky, M. (2014a). Compartilhar, etiquetar: interações no rádio social. *Comunicação, Mídia e Consumo*. 11(30), p. 143-162. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/371>
- Kischinhevsky, M. (2014b). Radiojornalismo para emissoras comunitárias e educativas – uma experiência de ensino-aprendizagem no AudioLab FCS/UERJ. In: Soster, Demétrio; Tonus, Mirna (coords). *Jornalismo-laboratório: rádio*. Santa Cruz do Sul: EdUNISC.
- Kischinhevsky, M.; Marchi, L. de (2016). Expanded radio. Rearrangements in Brazilian audio media markets. *Radio, Sound & Society Journal*. Vol 01, Num 01. Disponível em: <http://ecrea-radioresearch.eu/rss-journal/index.php/rssj/article/view/20>
- Klöckner, L. (2011). *Nova Retórica e Rádio Informativo: estudo das programações das emissoras TSF - Portugal e CBN - São Paulo*. Porto Alegre: Editora Evangraf.
- Kochhann, R.; Freire, M. & Lopez, D. C (2011). Convergência tecnológica, dispositivos multiplataforma e rádio: uma abordagem histórico-descritiva. In: Klöckner, L. & Prata, N. (Orgs.). *Mídia sonora em 4 dimensões: 1ª ouvintes e falantes, 2ª memória política, 3ª programas de rádio, 4ª tecnologia e futuro*. Porto Alegre, RS: EDIPUCRS. Disponível em: <http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/midiasonoraII.pdf>
- Lago, M. (1977). *Bagagem de Beira Estrada*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo Hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: Labcom Books. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf
- Lopez, D. C. (2009). Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 32., 2009, Curitiba. Anais...São Paulo: Intercom. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1083-1.pdf>
- Lopez, D. C. (2012). Profesional multitarea y contenido multiplataforma: nuevas prácticas en la radio contemporánea. *Diálogos de la Comunicación*, v. 84, p. 01-14. Disponível em: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/07/84-Revista-Dialogos-profesional-multitarea-y-contenido-multiplataforma-nuevas-practicas-en-la-radio-contemporanea.pdf>
- Lopez, D. C.; Maritan, M. (2015). A evolução do método: memória das pesquisas experimental e aplicada nos estudos brasileiros de jornalismo. In: *Encontro Brasileiro de História da Mídia*, 10., 2015, Porto Alegre. Anais...Porto Alegre: Alcar. Disponível em: <http://www.repositorio.ufop.br/handle/123456789/6793>
- López Vigil, J. I. (1986). *O Riso na Rádio popular*. Manuais de Comunicação num 09. São Paulo: ALER-Brasil: Paulinas.

- Masip, P.; Suau, J. (2014). Audiencias activas y modelos de participación en los medios de comunicación españoles. *Hipertext.net [online]*, Núm. 12. Disponible en: <http://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/274308/364578>
- Meditsch, E. (2012). *Pedagogia e Pesquisa para o Jornalismo que está por vir*. Florianópolis : Insular.
- Menegusso, G. et al (2010). Rádio e tecnologias: panorama da utilização da multimídia, hipertextualidade e interatividade nos sites de emissoras da Grande Porto Alegre. In: *Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 33., 2010, Caxias do Sul. Anais...São Paulo: Intercom.
- Moreira, S. V. (2001). *O rádio no Brasil*. Rio de Janeiro: Mil Palavras.
- Morin, E. (2000). *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. São Paulo: Cortez.
- Pereira, E. M. (2009). A Universidade da Modernidade nos tempos atuais. *Avaliação*. v. 14, n. 1, mar. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-4072009000100003>
- Quadros, M. R. de (2013). *As redes sociais no jornalismo radiofônico: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN*. Tesis de Maestría, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil. Disponible en: <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/6346>
- Rutilli, M. (2014). *Fontes no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência: um estudo de caso de emissoras de Porto Alegre/RS na construção da notícia*. Tesis de Maestría, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil. Disponible en: <http://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/6358>
- Salaverria, R.; Negredo, S. (2008). *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Barcelona: Editorial Sol 90.
- Scolari, C. (2013). Media Evolution: Emergence, Dominance, Survival and Extinction in the Media Ecology. *International Journal of Communication*. Vol 07. Disponible en: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1919>
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Silva, M. W.; Balzan, N. C. (2007). Universidade Corporativa: (Pré-) tendência do Ensino Superior ou ameaça? *Avaliação – Revista de Avaliação da Educação Superior*. v. 12 n. 2 jun. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-4072007000200004>
- Weiss, A. S. (2013). Exploring News Apps and Location-Based Services on the Smartphone. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. V. 90, n. 3, 435–456. Disponible en: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1077699013493788>
- Zaragoza, C. (2002). Periodismo en la convergencia tecnológica: el reportero multimedia del Distrito Federal. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Año XLV, Num 185, mai/ago. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcyps/article/view/48324>

Continuidades y discontinuidades estético políticas del vídeo expandido. Análisis de mudanzas de María Teresa Ponce.

*Aesthetic-political continuities and discontinuities of expanded video.
Analysis of mudanzas María Teresa Ponce*

*Continuidades e descontinuidades políticas e estéticas do vídeo
expandido. Análise do mudanzas de María Teresa Ponce*

Miguel Alfonso BOUHABEN

Escuela Superior Politécnica del Litoral
Universidad De Las Artes del Ecuador
malfonso@espol.edu.ec

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Ensayo, pp. 247-260)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 13-06-2018 / Aprobado: 11-04-2019

Resumen

El presente trabajo tiene por objeto plantear si el vídeo expandido es una continuación del cine tradicional; o de lo contrario, supone una discontinuidad. Para ello, resulta fundamental definir las diferencias con el dispositivo cinematográfico, tanto las epistémicas como las espaciales. Se trata de explicar cómo el vídeo cuando sea expande hacia el museo, a pesar de romper el dispositivo de recepción, no supone una ruptura estético-política. Hay alternativas de vídeo expandido que trascienden la sala del museo y se localizan en la esfera pública, como acontece en la obra *Mudanzas*, de la artista ecuatoriana María Teresa Ponce. Su propuesta consiste en construir una vídeo expansión en la esfera pública: un espacio más creativo, crítico, afectivo y colectivo

Palabras clave: vídeo expandido; estética y política; museo; esfera pública

.

Abstract

The present work aims to consider whether expanded video is a continuation of traditional cinema; or On the contrary, it supposes a discontinuity. For this, it is fundamental to define the differences with the cinematographic device, both epistemic and spatial. It is about explaining how and when the video it expands towards the museums, despite breaking the reception device, does not suppose an aesthetic-political rupture. There are expanded video alternatives that transcend the museum room and are located in the public sphere, as in the work *Mudanzas*, by the Ecuadorian artist María Teresa Ponce. Her proposal consists in building a video expansion in the public sphere: a more creative, critical, affective and collective space.

Keywords: expanded video; aesthetics and politics; Museum; public sphere.

Resumo

O presente trabalho visa considerar se o vídeo expandido é uma continuação do cinema tradicional; ou se, ao contrário, supõe uma descontinuidade. Para isso, é fundamental definir as diferenças com o dispositivo cinematográfico, tanto epistêmico quanto espacial. Trata-se de explicar como o vídeo, quando se expande em direção aos museus, apesar de quebrar o dispositivo de recepção, não supõe uma ruptura estético-política. Há amplas alternativas de vídeo que transcendem a sala do museu e estão localizadas na esfera pública, como na obra *Mudanzas*, da artista equatoriana María Teresa Ponce. Sua proposta consiste em construir uma expansão de vídeo na esfera pública: um espaço mais criativo, crítico, afetivo e coletivo.

Palavras-chave: vídeo expandido; estética e política; museu; esfera pública.

1. Introducción. Problemáticas estético-políticas de la imagen expandida

Con el concepto de *expanded cinema*, Gene Youngblood (1970) pretende abordar aquellas propuestas audiovisuales híbridas y polimorfas que van más allá de las formas tradicionales. Ahora bien, no se trataba solamente de pensar los usos de las nuevas tecnologías aplicadas a lo audiovisual. El cine expandido era una experiencia vital posibilitada por la apertura multidisciplinar de la imagen:

Cine expandido no significa películas computarizadas, monitores de fósforo, luz atómica o proyecciones esféricas. Cine expandido no es una película en absoluto: tal como la vida, es un proceso de transformación, el viaje histórico en curso del hombre para manifestar su conciencia fuera de su mente, frente a sus ojos. Uno ya no puede especializarse en una sola disciplina y esperar sinceramente expresar una pintura clara de sus relaciones en el entorno (2012: 56).

De este modo, el juego de los sentidos del cine había variado. El dispositivo cinematográfico había transformando las regularidades y normas del cine-espectáculo, en la medida en que, gracias al cine expandido, se proponía un mensaje multimedia, una exploración tecnológica y una disolución de la distancia entre el artista y el espectador. André Parente, bajo el influjo del posestructuralismo deleuziano, señala que en el cine expandido las rupturas se establecen en las tres dimensiones fundamentales del dispositivo cinematográfico: “la arquitectónica (condiciones de proyección de las imágenes), la tecnológica (producción, edición, transmisión y distribución de las imágenes) y la discursiva (*découpage*, montaje, etc.)” (2011: 43). De este modo, el cine expandido va a romper con la linealidad narrativa a través de técnicas de multipantalla, a la vez que posibilita la convergencia con otros medios como el vídeo y la computadora, dando lugar a la emergencia del post-cinema (Machado, 2015), el transcinema (Maciel, 2009) o el paracinema (Walley, 2005).

Así, el cine se ha expandido más allá de la caverna oscura de la sala de cine. Ahora bien, para buscar el cine del futuro ya no basta con ir al cine. Hay que acercarse a los museos. O salir a la calle. Pero, ¿cual es la esencia del cine y del vídeo expandidos?

Teniendo en cuenta la relevancia que en la actualidad detentan el cine y el vídeo expandidos resulta pertinente hacer una evaluación de sus mecanismos, propósitos y finalidades. Por ello, el presente trabajo tiene por objeto plantear la posibilidad de que el concepto de cine y vídeo expandido sea una continuación del cine tradicional, en el sentido topológico; es decir, en tanto que determina transformaciones sin ruptura. M. Macho señala que “la topología se ocupa de aquellas propiedades de las figuras que permanecen invariantes, cuando dichas figuras son plegadas, dilatadas, contraídas o deformadas, de modo que no aparezcan nuevos puntos, o se hagan coincidir puntos diferentes” (2002: 63). Por tanto, se trata de evaluar si el vídeo expandido es un pliegue, una dilatación o

una deformación del dispositivo del cine tradicional. O, por el contrario, el cine expandido supone una irrupción, una discontinuidad, un acontecimiento, en el sentido foucaultiano de la historia: “por debajo de las grandes continuidades del pensamiento, (...) por debajo de la persistencia de un género, de una forma, de una disciplina, de una actividad teórica, se trata ahora de encontrar la incidencia de las interrupciones” (Foucault, 1997: 12).

A medida que se vayan engranando los argumentos, se va a demostrar como el vídeo expandido al museo supone una simple transformación topológica; mientras que las expresiones audiovisuales que se proyectan sobre la esfera pública suponen más bien una discontinuidad. Si bien es cierto que sacar el cine de la sala oscura y desterritorializarlo hacia el museo supone un cambio en el dispositivo; también es que ese cambio es puramente cosmético, pues, desde el punto de vista político e ideológico, hay una continuidad: una cierta deformación de la sala de cine al museo, pero no una ruptura. Sin duda, el museo es un espacio para la construcción y la continuación de valores e imaginarios hegemónicos. La esfera pública, sin embargo, sí posibilita la emergencia de una interrupción, tanto estética como política, que abre una senda de arte democrático ajeno al sentido aristocrático y del cine en el museo. Se trata de elegir entre la ideología de la ruptura y la ideología del progreso continuo (Dubois, 2004).

Al analizar al cine y al vídeo expandido es fundamental tener en cuenta, tanto la ideología de lo expansivo ligada al modelo neoliberal y a la globalización capitalista, como la ubicuidad de la imagen en la era de internet.

Jorge La Ferla se pregunta respecto al cine expansivo “¿Cine total para un sistema totalitario?” (2009: 52). El juego de palabras no es un mero artificio ya que la expresividad de la imagen en la era del neoliberalismo y de internet tiene inequívocos tintes totalitarios. Para dar cuenta de esta problemática, veamos a grandes rasgos el funcionamiento del neoliberalismo y de la ubicuidad de las nuevas tecnologías. En este punto, la definición de David Harvey nos resulta realmente útil: “El neoliberalismo es una teoría de prácticas político-económicas que afirma que la mejor manera de promover el bienestar del ser humano, consiste en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo” (2007: 8). Ahora bien, esa libertad sin límites del individuo ha servido para subsumir a gran parte de la humanidad a lo largo y ancho del planeta, para explotar irracionalmente los recursos naturales no renovables, para conquistar los mercados y para imponer un modelo económico y político. El neoliberalismo es un modelo económico-político expansivo y totalitario que parece rimar estructuralmente con la expansividad en las artes.

Asimismo, esta ideología de lo expansivo del modelo neoliberal está indudablemente conectada con la cuestión de la ubicuidad de la imagen en nuestra contemporaneidad. Hay que señalar que la presunta democratización de las nuevas tecnologías de la información es ciertamente cuestionable.

A pesar de posibilitar un giro radical en nuestro modo de relacionarnos y compartir información, que permite que nos conectemos de manera inmediata y a distancia, internet tiene también una cara oscura y tiránica. Paul Virilio apunta que “en nuestra época la velocidad es absoluta: el tiempo real. Lo propio de la velocidad absoluta es el poder absoluto. Son atributos divinos: ubicuidad, instantaneidad, inmediatez. Visión total. Esto es más una tiranía que una democracia” (1997, p. 18). Por tanto, la ubicuidad de la imagen contemporánea en la era de internet, a pesar de tener aspectos sumamente positivos, como la posibilidad de generar conocimiento compartido y la creación de redes de relaciones sociales descentralizadas y desjerarquizadas, no hay que olvidar que también “posibilita una interacción social uniforme. Por muy plurales y múltiples que sean las posibilidades de conexión, relación y comunicación, estas se generan en un espacio no real que nos lleva a perder pie del sentido del mundo” (Bouhaben, 2014: 248).

Así, aunque el uso de internet ha sido determinante en las prácticas de ciberactivismo -que han tenido gran fuerza en movimientos como la primavera árabe o el 15M- lo cierto es que su uso también ha forjado una visión totalitaria, expansiva y ubicua del mundo. Queda claro que no podemos obviar que el imperialismo neoliberal y globalizador ejerce su ministerio a través de la red sociofóbica del espectáculo de internet, que va progresivamente creando un mundo paralelo de ilusiones que esquivan la realidad social. Internet no es un espacio de crítica política ni de intervención en una realidad social injusta sino el resultado de nuestra realidad sociofóbica (Rendueles, 2015) y panóptica (Virilio, 1998). Sin embargo, también es preciso considerar que lo expansivo no tiene porque estar siempre territorializado por el neoliberalismo y sus dispositivos de control ideológico como internet, sino que también puede ser un concepto emancipador, abierto, mestizo, híbrido y revolucionario. Indudablemente, el cine y el vídeo expansivo también pueden abrirse al diálogo y la interacción con el resto de las disciplinas artísticas para sobrevivir y servir así para construir un mundo más libre, igualitario y justo.

2. Diferencias espaciales, ontológicas y poético-epistémicas entre el dispositivo-cine tradicional y el dispositivo-vídeo del museo

¿Cuáles son los modos expresivos del cine y del vídeo expandido? En este punto, resulta fundamental definir las diferencias entre el dispositivo expandido de los museos y el dispositivo cinematográfico. André Parente señala los tres elementos fundamentales del dispositivo-cinematográfico:

Habitualmente, cuando pensamos en cine, la imagen que nos viene a la cabeza es la de un espectáculo que involucra al menos tres elementos: una sala de cine, la proyección de una imagen en movimiento y un film que cuenta una historia en aproximadamente dos horas. Como ejemplo de lo que viene siendo dicho

sobre las nuevas tecnologías de la comunicación, podemos afirmar que, en su dispositivo, el cine hace converger tres dimensiones: la arquitectura de la sala, heredada del teatro a la italiana –los anglosajones usan, hasta hoy, el término *movie theatre* para designar esa sala–; la tecnología de captación/ proyección, cuyo patrón fue inventado a fines del siglo XIX, y la forma narrativa (estética o discurso de transparencia) adoptada por los films a principios del siglo XX, sobre todo el cine de Hollywood, bajo la influencia de la voluntad de viajar sin desplazarse (2011: 42).

Por nuestra parte, vamos a evaluar cómo estas dimensiones espaciales, ontológicas y poético-epistémicas se deforman en el dispositivo expandido del ámbito museístico.

En primer lugar, hay que advertir la diferencia entre el espacio de la sala de cine y el espacio del museo. En la sala de cine se reproduce el dispositivo del teatro. En el cine, el espectador se instala en una sala oscura, adopta una posición fija y, frente a él, aparece una imagen única. Además, en el cine las imágenes están en un solo plano, mientras que en el museo adquieren una presencia volumétrica. Por ello, el cine constituye un dispositivo que privilegia la pasividad del espectador por medio de la oscuridad del espacio y la unicidad y planitud de la imagen. Por el contrario, en el espacio arquitectónico del museo, que tiene un carácter luminoso, abierto y donde las imágenes abandonan la planitud para adoptar formas volumétricas, la experiencia configurada por el espectador es mucho más libre, ya que éste puede danzar y circular a su antojo. En la sala de cine no hay posibilidad de movimiento: la mirada se posa sobre la imagen única. En el museo, la multiplicidad de imágenes dispuesta en diversos ordenes impele al espectador a navegar de manera azarosa y aleatoria. Es decir, la multiplicidad potencia la praxis participativa. Por tanto, hay una gran diferencia entre el dispositivo espacial del cine, heredero del teatro, donde el espectador está en un estado de quietud, y el dispositivo-video artístico de los museos, donde el espectador circula gracias a que dicho dispositivo es un “híbrido entre arquitectura, escultura y pintura” (Larrañaga, 2001: 7).

En segundo lugar, hay que señalar la diferencia ontológica entre la imagen del cine tradicional y la imagen del video expandido. Si en el cine tradicional se proyecta una imagen unívoca y analógica, en el video expandido la imagen se vuelve múltiple y digital. Las obras de video expandido de los museos suelen forjarse con una pluralidad de imágenes con el objetivo de que el espectador devenga activo y genere relaciones libres entre dichas imágenes, algo que ya se había trabajado en el cine desde Dziga Vertov a Jean-Luc Godard. Asimismo, hay que añadir la importancia del carácter digital de la imagen, pues:

“hoy en día la imagen numérica reemplaza casi definitivamente al celuloide (...) desde el registro al almacenamiento rigen los parámetros de procesamiento de datos a partir del código binario, con los correspondientes algoritmos de los programas utilizados, matemática y lógicamente controlables” (La Ferla: p. 12).

El museo privilegia el uso de imágenes digitales, imágenes que ontológicamente han perdido su relación material con lo real, imágenes técnicas cero-dimensionales que manifiestan ser un elogio de la superficialidad (Flusser, 2008). Ahora bien, estas imágenes que, entre otras cosas, son verdaderamente útiles para la totalización y codificación de la realidad. Es lo que el Colectivo Tiqqun (2013) llama la hipótesis cibernética, que no es otra cosa que la imposición del orden y la certeza que impone el neoliberalismo económico, aplicando en el *socius* las reglas de programación de la cibernética.

En tercer lugar, hay que valorar las diferencias poético-epistémicas entre ambos dispositivos. Las deformaciones epistémicas del video expandido determinan una alternativa en los modos de lectura de las imágenes tradicionales, en la medida en que, la recepción de la imagen implica la no linealidad y la no causalidad. Es decir, el cine y video expandidos rompen con los modelos de receptividad hegemónicos del cine tradicional. Cabe señalar que esto se debe al dispositivo del cine tradicional, donde el espectador adopta una posición fija en la oscuridad, mientras percibe imágenes que son unidireccionales y racionales. De este modo, la experiencia perceptiva del cine tradicional se basa, como ya hemos apuntado, en elementos arquitectónicos, tecnológicos y narrativos que conforman una interrelación sistemática.

De igual modo, el cambio actual de dichos elementos en el campo museístico conlleva profundas transformaciones. En el caso del video expansivo, el espacio arquitectónico, la tecnología de la imagen y los modos de narración sufren una profunda mutación. Respecto al modo de relato, hay que apuntar que la pluralidad de imágenes digitales es la que posibilita que el espectador pueda reorganizarlas de forma alógica, con el fin de crear rupturas de sentido entre ellas. El espectador crea otras variables de recepción de la imagen. Se da así una instancia mestiza donde se pretende que el espectador habite, piense, discuta y cuestione lo que ve. Ya no hay una lectura unilateral de la imagen, sino toda una experiencia interpretativa que reivindica el rol más activo, participativo y crítico. La función del espectador se construye para desalinear, descentrar y desencadenar lo que ve, con el fin de simular un ejercicio cognoscitivo y epistemológico. Es decir, el espectador puede construir libremente su trayecto. Rodrigo Alonso señala con acierto la mecánica de este proceso:

En los casos más extremos, el espectador está obligado a elegir entre diferentes opciones, y al hacerlo, comparte en alguna medida la labor creadora del autor. Ciertas instalaciones multipantallas basadas en narrativas filmicas promueven lo que podríamos llamar un montaje performativo: cada usuario, con su movimiento, va seleccionando fragmentos filmicos que sólo se integrarán finalmente en su cabeza (Alonso, 2015: 1).

Ahora bien, a pesar de que se dan diferencias espaciales, ontológicas y poéticas entre ambos dispositivos, la dimensión de lo político no varía. Podemos afirmar entre ambos dispositivos hay una deformación topológica, pero no una

ruptura. A pesar de todas las transformaciones, el museo reproduce los valores, las formas de domesticación y el totalitarismo de lo sensible de la sala de cine. Por ello, nosotros polemizamos con el museo en la medida en que es un espacio codificado por el poder hegemónico: es un lugar que simula y enmascara la creatividad. Tanto el espacio como el tiempo están controlados. Sin duda, el museo es un panóptico de la expresión. Un panóptico que supone la continuidad topológica, deformada, modificada, dilatada del cine de ficción hegemónico y de sus valores e imaginarios.

3. Rupturas del vídeo expandido en la esfera pública. El caso de *Mudanzas* de María Teresa Ponce

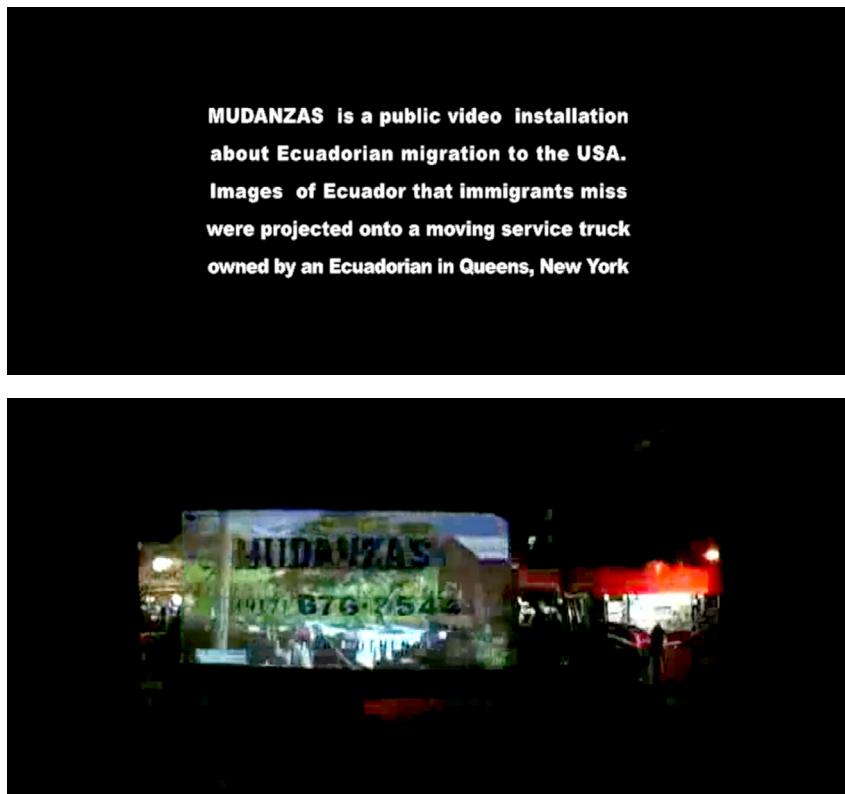
Ahora bien, en la introducción del presente trabajo habíamos planteado una segunda posibilidad más allá de la deformación topológica entre el dispositivo-cine y el dispositivo-expandido del museo. Nos referimos a la posibilidad de encontrar una irrupción de una novedad, en sentido foucaultiano, que rompa frontalmente con los presupuestos estético-políticos del cine tradicional. Por nuestra parte, encontramos que esa ruptura no solo epistémica sino también política, emerge y se hace patente cuando el vídeo se expande a la esfera pública con un vocación de denuncia, de crítica social y de visibilización de las formas contemporáneas de opresión.

Para dar cuenta de las rupturas del cine expandido respecto al cine dominante vamos a partir de la obra *Mudanzas* (2004) de la artista ecuatoriana María Teresa Ponce. En dicha obra, la video-artista hace de las tácticas expandidas algo bien diferente, en la medida en que concibe su obra no para el espacio museístico, sino para la esfera pública. Es decir, no es una obra codificada por la luminosidad y elitismo del museo, sino que su vocación es profundamente comunitaria y colectiva. Sin duda, es una propuesta para trascender el cine de la caverna, tanto el de la sala oscura del cine, como el de la sala luminosa del museo.

El dispositivo expansivo de *Mudanzas* se conforma a partir del uso de un camión de mudanzas, en el barrio neoyorquino de Queens, sobre el que se proyectan paisajes urbanos y rurales del Ecuador (Figuras 1 y 2). Junto con estas imágenes, la voz de una migrante relata sus experiencias lejos del país.

En esta intervención video artística en la esfera pública, podemos entrever dos funciones: una epistemológica y otra ético-política.

En primer lugar, podemos afirmar que la artista reivindica la búsqueda de la verdad en detrimento del espectáculo. Sin duda, en *Mudanzas* el cine sale al exterior, aunque resulte contradictorio, con la finalidad platónica de descubrir la verdad, pero también con la finalidad benjaminiana de pensar creativa y críticamente; y, con la finalidad debordiana de poner en crisis la imagen-espectáculo. Para Platón, las imágenes nos alejaban en dos grados de la verdadera realidad de las ideas, y en un grado, del mundo de lo sensible, que era una copia.

Figuras 1 y 2. Mudanzas (María Teresa Ponce, 2004)

La tradición platónica ha sido siempre sospechosa respecto de la imagen. Ahora bien, cabe incidir en la idea de que el cine nació con una profunda vocación científica de descubrir la verdad. Hasta que fue instrumentalizado, dadas las posibilidades que tenía para alienar y someter a la ciudadanía. Benjamin señalaba que el cine, es un dispositivo generador de imágenes-movimiento, no permite que el espectador reflexione o piense. Por el contrario, es la propia imagen-movimiento la que piensa por mí y me reduce a la pura pasividad:

Comparemos el lienzo (pantalla) sobre el que se desarrolla la película con el lienzo en el que se encuentra una pintura. Este último invita a la contemplación; ante él podemos abandonarnos al fluir de nuestras asociaciones de ideas. Y en cambio no podremos hacerlo ante un plano cinematográfico. Apenas lo hemos registrado con los ojos y ya ha cambiado. No es posible fijarlo (1973: 16).

Sobre estas cuestiones también trabaja Debord (2003) que sostiene una profunda crítica de la imagen:

Las imágenes que se desprenden de cada uno de los aspectos de la vida se funden en un flujo común en el cual la unidad de esta vida no puede más ser restablecida. La realidad considerada parcialmente se despliega en su propia unidad general en tanto que pseudo mundo aparte, objeto de la pura contemplación. La especialización de las imágenes del mundo se encuentra de nuevo, cumplida, en el mundo de la imagen autonomizada, en donde la mentira se ha mentido a sí misma. El espectáculo en general, como inversión concreta de la vida, es el movimiento autónomo de lo no-viviente (Debord, 2003: 18).

El veredicto crítico de Platón, Benjamin y Debord respecto a la imagen es indudable. Ahora bien, siempre es posible encontrar estrategias que permitan al cine recobrar la senda de la verdad, del conocimiento y de la ética. En el caso de *Mudanzas*, podemos decir que asistimos a la salida de la caverna oscura del cine y de la caverna luminosa del museo (Debord, 2003) para acceder a la verdad. La obra de Ponce construye una expansión que nada tiene que ver con la caverna luminosa y aséptica del museo. Es una expansión pública donde se visibiliza la problemática de la inmigración. La esfera pública permite hacer un arte menos espectacular y más libre y verdadero. Recordemos que el acceso a exponer en los museos está restringido a una casta socio-cultural de sujetos enunciadorees. En la esfera pública, por el contrario, cualquiera puede expresarse, sin distinción de ningún tipo. Habermas señala que la esfera pública es ese espacio al que cualquier ciudadano puede acceder para dar su opinión: “Por esfera pública entendemos, primero que todo, un dominio de nuestra vida social en el que algo así como la opinión pública puede conformarse. En principio, el acceso a la esfera pública está abierto a todos los ciudadanos” (1986: 123). Ahora bien, el pensador germano se refiere a los periódicos, la radio y la televisión, que están hipercodificados y están atravesados por intereses ideológicos y mercantiles. Para nosotros, la esfera pública son las calles y las plazas de las ciudades, ágoras de nuestra contemporaneidad, que pueden ser utilizados para la expresión artística; y, en el caso que nos ocupa, para proyectar imágenes en espacios no codificados que pueden constituir en espacios de discusión política.

En segundo lugar, es necesario apuntar el indiscutible sesgo ético-político de la obra de María Teresa Ponce. En este tipo de video-expansión en la esfera pública, como la que propone *Mudanzas*, podemos identificar tres factores: factor crítico, factor afectivo y factor comunitario. El factor crítico del video expandido en la esfera pública reivindica un cuestionamiento de lo ético-político que es más difícil de desactivar por parte de los poderes hegemónicos. La esfera pública está menos codificada, es heterogénea y movidiza y, por ello, constituye una suerte de no-lugar (Augé, 1993) donde todo es circular y es más complicado de controlar. El factor afectivo de video expandido en la esfera pública es mucho mayor que en el cine o el museo. Al servir a una experiencia más real, es posible conmover y construir una mayor identificación con los sucesos plasmados en la pantalla. Deja una mayor huella emocional en el espectador que el museo, que solo forja afecciones efímeras. El factor comunitario también se multiplica

dado que la experiencia se construye en la *polis* y, por tanto, tiene una voluntad colectiva y política.

La ruptura de *Mudanzas* con el dispositivo-cine y con el dispositivo-museo genera un concepto de expansión que nada tiene que ver con la ubicuidad de las imágenes imperiales que ambos dispositivos producen. La ruptura con el dispositivo, la ruptura de la relación asimétrica que se establece entre la imagen y el espectador, que en el caso del cine supone alienación por pasividad y en el caso del museo de alienación por actividad, puede permitir la aparición de nuevos nexos sociales, aunque sea a nivel micro. Al menos, podemos afirmar que la ruptura del dispositivo genera una ruptura en la relación social constituida entre sujetos de la enunciación y sujetos espectadores. Una ruptura que nos acerca al trabajo del Medvedekin con el cine-tren o a las tácticas de diálogo intercultural de Jean Rouch y que hacen del cinematógrafo un espacio para la discusión social, un espacio para la recuperación del sentido colectivo, más allá de los automatismos individualistas. Se trata de que las tecnologías del cine y del vídeo sirvan, tanto para la crítica, como para la creatividad y el fomento de lo común, de lo público. Así, se revelan como fundamentales dos apropiaciones. En primer lugar, la apropiación de las nuevas tecnologías del vídeo como posibilidad emancipadora, más allá del marco de sentido creado por el capitalismo cognitivo y por las formas de comunicación dominantes (Montero & Sierra, 2017). En segundo lugar, la apropiación de la esfera pública como el no-lugar donde recuperar la dignidad; como el espacio donde comenzar la guerra de las imágenes contra los cines esclavizadores; como la contra-escuela (Galeano, 1998) que permita la liberación a través de la pedagogía (Freire, 2005).

En una de las secuencias finales del vídeo, aparece la inscripción gráfica “*Were arrested*” (Figura. 3).

Figura 3. Mudanzas (María Teresa Ponce, 2004)



Los inmigrantes ecuatorianos fueron arrestados. Igual que nosotros, cuando miramos las imágenes de la televisión, del cine o del museo, somos arrestados como espectadores.

Conclusiones

El vídeo expandido trasciende la sala oscura para instalarse bien bajo la luz del museo, bien en la exterioridad de la calle. El espacio de la receptividad de la imagen nos va a permitir identificar la distancia que se establece respecto al cine tradicional. Pretendemos explicar cómo el cine expandido de los museos no supone una ruptura estético-política, sino una transformación formal que conserva los elementos ideológicos del cine hegemónico. Por el contrario, el cine expandido a la esfera pública tiene un mayor carácter rupturista, resistente e irruptivo. Del cine al museo hay transformación; del cine a la esfera pública hay ruptura. Si el museo es un espacio codificado por los poderes hegemónicos, solo podemos hablar de transformaciones del poder y no de rupturas con el poder. El museo es un espacio de control, en muchas ocasiones ajeno a la creatividad y a la emancipación. El museo reproduce, de manera inversa, las condiciones cavernarias de la sala de cine. Es una caverna que aliena no por medio de la oscuridad, sino a través de una luminosidad aséptica. La esfera pública, por el contrario, es un espacio, en principio, menos codificado. No cabe duda de que los museos son agentes de transmisión y de definición cultural. En cierto modo, los museos ejercen la función de policías del arte en la medida en que seleccionan y definen qué es arte y qué no. Realmente, el museo es una máquina semiótica que permite la creación de valores y su legitimación, así como la producción de los significados que conforman nuestra identidad.

Al discutir sobre la función del cine y video expandidos parece que caemos en una dicotomía feroz. Si bien es verdad que lo expansivo de la imagen resulta parte integral del despliegue totalizador del imaginario del capitalismo y del cine y que los museos e internet son parte constitutiva de ese afán de conquista; también es cierto que el cine tiene otras necesidades de ser otro, de salirse de sí, de desviarse. No solo para totalizar o axiomatizar, sino también para forjar lazos de fraternidad, de comunidad y de afectividad.

Asimismo, cabe señalar que el cine y video expansivo echan una mirada atrás al momento inaugural del cine, de aquellos procesos previos al nacimiento del cinematógrafo donde investigadores de toda índole estaban inmersos en las posibilidades epistémicas, científicas y filosóficas de la imagen. Por ello, nosotros reivindicamos lo expansivo como ruptura foucaultiana, esto es, como una irrupción que permiten al cine retrotraerse a su la función primigenia de pensar y conocer. Y, de (Foucault, 1997) igual modo, lo expansivo como lugar de lo político, como espacio para la discusión de las imágenes con fines prácticos y emancipadores.

Bibliografía

- Augé, M. (1993). *Los no lugares: espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Alonso, R. (2015). *La Video Instalación como Deconstrucción de la Experiencia Fílmica*. Recuperado en <http://www.javeriana.edu.co/estetica/pdf/ConferenciasRodrigoAlonso.pdf>
- Augé, M. (1993). *Los no lugares: espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Benjamin, W. (1973). *Discursos interrumpidos*. Madrid: Taurus.
- Bouhaben, M. A. (2014). La política audiovisual. Crítica y estrategia en la producción y distribución de los documentales del 15M. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 8, pp. 223-253. Recuperado en <http://www.revistafotocinema.com/index.php?journal=fotocinema&page=article&op=view&path%5B%5D=229>
- Debord, G. (2003). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Editorial Pre-textos.
- Dubois, P. (2004). *Video, Cine, Godard*. Buenos Aires: Centro Cultural Rojas.
- Flusser, V. (2015). *El universo de las imágenes técnicas. Elogio de la superficialidad*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Foucault, M. (1997). *La arqueología del saber*. Barcelona: Siglo XXI.
- Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Barcelona: Siglo XXI.
- Galeano, E. (1998). *Patatas arriba: la escuela del mundo al revés*. Barcelona: Siglo XXI.
- Habermas, J. (1986). La esfera de lo público. En Francisco Galván (Ed.) *Touraine y Habermas: Ensayos de teoría social*. Puebla: Universidad Autónoma de Puebla, pp. 123-130.
- Harvey, D. (2007). *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Ediciones Akal.
- La Ferla, J. (2009). *Cine (y) digital: aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora*. Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Larrañaga, J. (2001). *Instalaciones*. Guipúzcoa: Editorial NEREA.
- Machado, A. (2015). *Pre-cine y post-cine en diálogo con los nuevos medios digitales*. Buenos Aires: La marca editora.
- Macho, M. (2002). ¿Qué es la topología?. *Sigma*, 20, pp. 63-77.
- Maciel, K. (2009). *Transcineas*. Rio de Janeiro: Contra Capa.
- Montero, D. & Sierra Caballero, F. (2017). Videoactivismo y apropiación de las tecnologías. El caso de 15m. cc. *Chasqui*, 134, pp. 263-276. Recuperado en <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2959>
- Parente, A. (2011). La forma cine: variaciones y rupturas. *Arkadin*, 3, pp. 41-58. Recuperado en <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/39957>
- Rendueles, C. (2014). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitan Swing
- Tiqqun, C. (2013). *La hipótesis cibernética*. Recuperado en <http://tiqqunim.blogspot.com/2013/01/la-hipotesis-cibernetica.html>
- Virilio, P. (1997). *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra.
- Virilio, P. (1998). *La máquina de visión*. Madrid: Cátedra.
- Walley, J. (2005). *Paracinema: Challenging Medium-specificity and Re-defining Cinema in Avant-garde Film*. UMI.
- Youngblood, G. (2012). *Cine expandido*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Tres de Febrero.

El lugar de la tecnología y la cultura digital en el discurso educativo contemporáneo

The place of technology and digital culture in contemporary educational discourse

O lugar da tecnologia e da cultura digital no discurso educacional contemporâneo

Julio-César MATEUS

Universidad de Lima / jmateus@ulima.edu.pe

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Ensayo, pp. 261-278)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 16-10-2018 / Aprobado: 10-03-2019

Resumen

La educación de nuestros días parece ser más un asunto económico que político. Las competencias formativas las dicta el mercado global y sus valores en lugar de los estados nacionales en función de sus principios y necesidades sociales. Estas premisas se nutren de una narrativa tecnológica determinista que ocupa todos los aspectos de nuestra vida y particularmente el sistema educativo, cuyos fundamentos vienen siendo alterados por estos cambios. Este ensayo discute el impacto de la tecnología y la cultura digital en el discurso educativo contemporáneo.

Palabras clave: cultura digital, tecnología, sociedad de la información, sociedad del conocimiento, globalización, educación.

Abstract

Nowadays education tends to be more an economic issue than a political one. Training competencies are dictated by the global market and its values rather than by national states according to their principles and social needs. These premises are nourished by a deterministic technological narrative that occupies all aspects of our life and particularly the educational system, whose foundations are being altered by these changes. This essay discusses the impact of technology and digital culture on contemporary educational discourse.

Keywords: digital culture, technology, information society, knowledge society, globalization, education.

Resumo

A educação é hoje mais uma questão econômica do que política. As competências de treinamento são melhor definidas pelo mercado global e seus valores do que pelos estados nacionais de acordo com seus princípios e necessidades sociais. Essas premissas são alimentadas por uma narrativa tecnológica determinista que ocupa todos os aspectos de nossa vida e, em particular, o sistema educacional, cujas bases estão sendo alteradas por essas mudanças. Este ensaio discute o impacto da tecnologia e da cultura digital no discurso educacional contemporâneo.

Palavras-chaves: cultura digital, tecnologia, sociedade da informação, sociedade do conhecimento, globalização, educação.

1. Introducción

En 1928, José Carlos Mariátegui (2007) escribió en uno de sus *Siete Ensayos de Interpretación de la Realidad Peruana*: “El pedagogo moderno sabe perfectamente que la educación no es una mera cuestión de escuela y métodos didácticos. El medio económico social condiciona inexorablemente la labor del maestro” (33). El contexto en que Mariátegui escribió sus ensayos fue el de un sistema de dominación y poder basado en el abuso a los indios analfabetos que trabajaban en situación de esclavos y que hacía incompatible cualquier propósito de educación moderna y libertaria. Por esta razón el intelectual peruano sentenció inútil discutir los contenidos pedagógicos de cualquier proyecto educativo sin antes discutir las condiciones socioeconómicas sobre las cuales se asienta. Recuperando esta lógica, creemos oportuno reflexionar sobre el impacto de la cultura digital en el discurso educativo contemporáneo. Es en la dialéctica económica y social, gobernada por la narrativa de la información, el conocimiento y las tecnologías, sobre la que vamos a centrar este ensayo y discutir la influencia del relato digital en la formación de las personas.

2. La Sociedad de la Información y la Sociedad del Conocimiento

La masificación de Internet y la digitalización de la información impactan cada aspecto de nuestras vidas. La tecnología, a decir del cofundador de la revista *Wired*, Kevin Kelly (2017), es el acelerador de la humanidad. Y aunque somos conscientes de que vivimos una sociedad diferente, la forma de caracterizarla no deja de ser discutible y está lejos de agotarse. El mismo Kelly señala que en estos días tardamos una década en lograr algún consenso social sobre el efecto de las tecnologías una vez que aparecen, de modo que hoy no podemos sino especular sobre el efecto real de las tecnologías móviles en el aula o fantasear sobre el cambio que las impresoras 3D y la realidad aumentada provocarán en el aprendizaje.

En 1973, el profesor de Harvard, Daniel Bell, vaticinó que el eje de la nueva economía social serían los servicios basados en conocimiento y que la nueva lucha de clases sería el poder de control de la información y de generación de nuevo conocimiento. Al igual que Francis Fukuyama, años más tarde, Bell sostuvo que en ese momento poshistórico las ideologías pasarían a sobrar -aunque a ambos se les criticó que nada es más ideológico que negar la ideología-. La propuesta del poder económico capitalista basada en la información y el conocimiento inspiró quizá el concepto más potente del discurso de la sociedad contemporánea: el de la brecha tecnológica. Esta brecha fue determinada inicialmente por el acceso a los nuevos medios de producción tecnológicos y a los datos, y más recientemente a la capacidad de apropiarse de ellos y procesarlos para generar valor. La brecha tecnológica, devenida hoy en brecha digital, es la narrativa poderosa sobre la que reposan los grandes debates de los últimos 20 años en el terreno educativo:

desde políticas públicas y reformas curriculares hasta compras millonarias de hardware y software.

Los procesos de convergencia tecnológica y la globalización económica nutren el sólido relato de una nueva sociedad, que muchos autores denominan, indistintamente, de la información o del conocimiento. Aunque ambas denominaciones se usen de forma intercambiable, nacieron en circunstancias distintas: la segunda aparece luego de la caída del Muro de Berlín, hacia finales de los 90, y fue adoptada por la UNESCO —también con su variante menos famosa, Sociedad del Saber—. Manuel Castells (1999), uno de los teóricos que más ha trabajado estos temas, explicó que la característica más saltante de la revolución actual no es el carácter definitorio del conocimiento o la información, sino su aplicación. En ese sentido:

La difusión de la tecnología amplifica infinitamente su poder cuando sus usuarios se la apropian y la redefinen. Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas que aplicar, sino procesos que desarrollar. [...] Por primera vez en la historia, la mente humana es una fuerza productiva directa, no sólo un elemento decisivo del sistema de producción (58).

Este nuevo relato de cambio se fundamenta en una serie de transformaciones complejas vinculadas al lugar/espacio; producción/consumo; actos únicos/simultáneos; tiempo síncrono/ asíncrono; personas/instituciones; libertades/restricciones (Cobo, 2016). Asimismo, uno de los elementos clave de esta nueva era (o del discurso hegemónico de una nueva era) es la información, pensada como un intangible cuyo acceso se democratiza gracias a la tecnología, por lo que es menester de los estados asegurar a sus ciudadanos el acceso a ella.

Pero las miradas sobre esta abundancia informativa no son siempre felices. Para Neil Postman (2015), refiriéndose a la realidad norteamericana, los medios nos han convertido en “yonquis” de la información y:

Al menos hasta ahora, la velocidad, el volumen y la diversidad de información disponible funcionan como una distracción y déficit moral; nos engañan para que pensemos que los problemas sociales serios de nuestro tiempo se podrían solucionar si tuviésemos más información, e incluso más, y más (104).

Del mismo modo, Antoni Brey (2009) coincide afirmando que, si bien el acceso de información se ha diversificado y crecido exponencialmente, la consecuencia es que vivimos más ignorantes que nunca. Así:

La expectativa de una Sociedad del Conocimiento, surgida del desconcierto posmoderno gracias al poder de la tecnología, ha resultado ser en la práctica una Sociedad de la Ignorancia, compuesta por sabios impotentes, expertos productivos encerrados en sus torres de marfil y masas fascinadas y sumidas en la inmediatez compulsiva de un consumismo alienante. [...] La Sociedad de la

Ignorancia es, a fin de cuentas, el estado más avanzado de un sistema capitalista que basa la estabilidad de la sociedad en el progreso, entendido básicamente como crecimiento económico, pero que una vez satisfechas las necesidades básicas sólo es posible mantener gracias a la existencia de unas masas ahítas, fascinadas y esencialmente ignorantes (37).

A pesar de las críticas, el discurso hegemónico sitúa la información y el conocimiento como mercancías necesarias para la generación de riqueza, y su digitalización, en el punto de quiebre de la economía social. La incorporación masiva de tecnologías a la escuela, por lo tanto, responde explícitamente a la demanda económica: “Es vital para la futura creación de lugares de trabajo y para la mejora del bienestar social que los ciudadanos estén altamente cualificados en el uso de la tecnología” (Pedró, 2016: 9). Adicionalmente, los medios de comunicación disparan numerosas alertas sobre la cantidad de empleos que se perderán en manos de robots: el escenario distópico de una sociedad gobernada por algoritmos está cada vez más cerca. Según un estudio del National Bureau of Economic Research de los Estados Unidos, cada robot que se incorpora en un proceso productivo reemplaza seis puestos de trabajo y devalúa los salarios (Acemoglu & Restrepo, 2016). Hay, por lo tanto, una base discursiva que moviliza las dinámicas sociales expresada en el miedo al atraso.

3. Las tecnologías digitales en el relato de la sociedad postindustrial

La escuela y la tecnología son dispositivos sociales que sintetizan las visiones de progreso y desarrollo de una sociedad, lo que las hace interdependientes. En el sistema de producción premoderno los oficios se heredaban y aprendían de forma directa bajo la tutela de un maestro; en el sistema industrial, la escuela imitó el modelo fordista; y hoy, en la posmodernidad, los relatos sobre la sociedad (que somos y queremos ser) parecen menos definidos, pero siempre coinciden en ubicar como protagonista a las tecnologías digitales. Esto último genera al menos dos problemas: primero, la tecnocratización del discurso educativo; y segundo, la emergencia de una filosofía solucionista que alcanza y deforma el ámbito escolar.

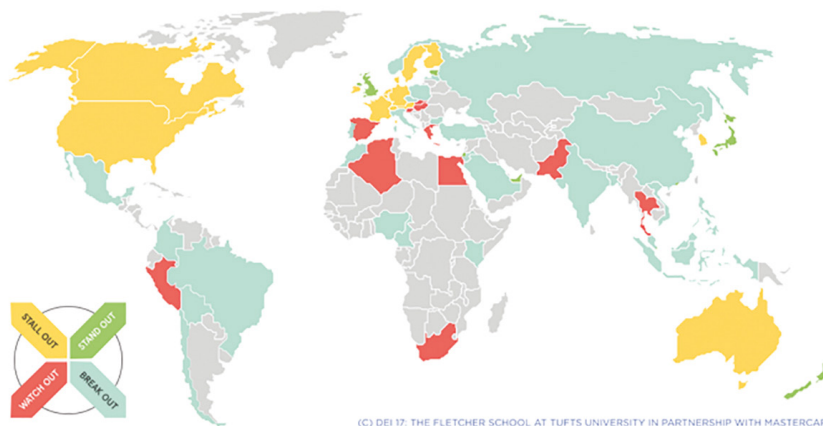
En cuanto a lo primero, “un discurso se tecnocratiza cuando pone más énfasis en los medios antes que en los fines que pretende alcanzar. Cuando canjea su justificación y los criterios para juzgar su éxito por una ambigua apelación al «sentido común»” (Autor 1, 2013: 176). En cuanto a lo segundo, Evgeny Morozov (2015) ironizó sobre la presunta fe de los que creen que todo problema social tiene una solución tecnológica, advirtiendo, más allá de la ironía, que se está afirmando una filosofía peligrosa: “La tecnología puede hacer que seamos mejores personas, y lo hará. O, al decir de esos fanáticos de la tecnología llamados geeks, si disponemos de suficientes aplicaciones, todas las fallas del sistema humano se vuelven superficiales” (12).

La novedad de los medios emergentes, así como la digitalización de la mayoría de los procesos mediáticos, determinan un discurso que reclama con urgencia el desarrollo de competencias digitales. Este discurso global, sin embargo, oculta y sanciona sensibilidades diferentes sobre el papel de las tecnologías en la escuela. De hecho, diversas investigaciones han mostrado que la defensa pública que muchos docentes realizan de las TIC dista de sus prácticas reales o se presenta como una estrategia de defensa para no ser acusados de “retrógrados”, “anacrónicos” o “ignorantes” (Bladergroen, Chigona, Bytheway, Cox, & van Zyl, 2012). Al respecto, un reciente artículo de *The Economist* (2017) sobre el papel de la tecnología educativa en la escuela actual, recuerda que el psicólogo conductista Skinner, en 1984, sancionó cualquier forma de oposición a la tecnología en la educación como una “vergüenza”. Así, como advertimos en un trabajo anterior, la llegada de las TIC al contexto escolar muchas veces resulta de una imposición, lo que crea un clima de tensión y presión exógena que limita la oportunidad de una integración adecuada (Autor 1, 2016).

Si la digitalización constituye un hito de la historia económica y social, no todos coinciden en su impacto. Según el *Digital Evolution Index 2017* (Chakravorti & Shankar-Chaturvedi, 2017), los flujos digitales son responsables de mayor crecimiento del PBI que los bienes y servicios tradicionales. Entre otros factores aparentemente irreversibles de la globalización, destacan el aumento imparable de flujos de capitales y personas, la emergencia de economías en desarrollo (fenómeno conocido como “*the rise of the rest*”) como la china o la india, que casi han dejado de lado el papel para digitalizar todos sus procesos, pero también la mayor inequidad en la distribución de la riqueza y la aceleración del cambio climático. Para los autores de este índice global, las economías nacionales pueden representarse en cuatro estadios:

- a. Los países “destacados” (*stand-out*): altamente digitalizados y lideran la innovación, aprovechando sus ventajas existentes de manera eficiente y eficaz;
- b. Los países “estancados” (*stall-out*): que disfrutan de un alto estado de avance digital, pero exhiben un ritmo lento de crecimiento;
- c. Los países “en auge” (*break-out*): con baja digitalización, pero en rápida evolución, lo que los hace muy atractivos para los inversores; y
- d. Los países de “cuidado” (*watch-out*): que enfrentan desafíos significativos por su bajo estado de digitalización e impulso (y en algunos casos, retroceso de su ritmo de digitalización).

Como se observa en la Figura 1, países como Rusia, Brasil, China o India, considerados “en auge”, suponen un ejemplo de superación en términos de economía digital, mientras que otros estados, como España o Perú, están en las antípodas, sobre todo debido a limitaciones institucionales e infraestructurales, lo que los llevan a insistir con más fuerza en la necesidad de digitalizar su economía.

Figura 1: Índice de Evolución Digital (DEI) 2017

Fuente: Chakravorti & Shankar-Chaturvedi, 2017

Por otro lado, la promesa revolucionaria del Internet de las Cosas y las economías colaborativas van generado un impacto tal en el discurso social que la competitividad de los países empieza a valorarse en gran medida a partir de su nivel de digitalización. Por cierto, este discurso casi nunca discute los riesgos y problemas que aspectos como la “uberización del trabajo” o el “efecto Airbnb” traen consigo (como la creación de informalidad o la precarización de las condiciones laborales, por ejemplo).

Otros expertos discrepan y sostienen que la digitalización es un espejismo, pues si bien mejora ostensiblemente aspectos relacionados con la infraestructura de la comunicación —ubicuidad, asincronía, velocidad, portabilidad, etc.— no ha significado un aumento apreciable de la productividad:

los smartphones son divertidos, cómo no. Una pasada la banda ancha, fantásticos los coches que se conducen solos y el kit para secuenciar nuestro genoma en el baño. Pero estas cosas no están creando puestos de trabajo, no meten más dinero en el bolsillo, salvo a un puñado de elegidos, y no llevan el pan a casa. Y no aumentan la productividad del trabajo, que es lo que nos han prometido durante años los evangelistas digitales (Nosengo, 2017).

Según Robert Gordon, economista de la Universidad de Northwestern, y autor de *The Rise and Fall of American Growth*, la productividad crece hoy menos que a comienzos del siglo anterior y dentro de 10 años, la economía digital como paradigma se habrá agotado. En ese sentido, revoluciones tecnológicas como la bombilla eléctrica, las alcantarillas o los tocadiscos resultaron mucho más trascendentales en términos económicos y sociales. El historiador Ian

Mortimer (2018) cuestionó en un artículo de la BBC que la tentación de pensar los cambios tecnológicos solo en términos de progreso, no siempre nos permite recordar que “todas las ventajas que hemos obtenido gracias a la tecnología tienen un precio”. Para él, la lección “no está en cómo el cambio se relaciona con la tecnología sino cómo se relaciona con la necesidad, algo que es fácil de olvidar en nuestro estado relativamente cómodo”. ¿Qué necesidades estamos resolviendo con la tecnología digital? (y, aún mejor: ¿qué problemas estamos creando?).

Algunas de las posiciones que enfrentan a los tecno-utopistas y los tecno-pesimistas del mundo digital están sintetizadas a partir de enunciados de diversos autores sobre el rol de internet en la sociedad y en la economía (Tabla 1):

Tabla 1: Enunciados Optimistas y Pesimistas sobre el Futuro Digital

Optimistas	Pesimistas
Sociedad	
La red es participatoria	La red es polarizadora
La red alienta la participación	La red facilita la fragmentación
“Un mundo global”	“Balcanización” de los medios y oclocracia (“mob rule”)
Heterogeneidad: la red promueve la diversidad de pensamiento	Homogeneidad: La red promueve la cercanía de pensamiento
Herramienta de liberación y empoderamiento	Herramienta de mal uso y abuso
Educación de las masas	Atontamiento de las masas
Plena información, que crea oportunidades de aprendizaje	Exceso de información, que impacta negativamente en el aprendizaje
Economía	
Beneficios de la “gratuidad” (“economía del don”)	Costos de la “gratuidad” (amenaza a los modelos de negocio)
Aumenta la colaboración masiva	Disminuye el esfuerzo individual
Ensalza la creatividad amateur	Atenta contra la profesionalización
Modelo “wiki”: sabiduría de las multitudes, beneficios de la colaboración abierta (“crowdsourcing”)	Modelo “wiki”: estupidez de las multitudes + explotación (y precarización) de los empleos

Fuente: Adaptado de Thierier, 2010, p. 67

Como se observa, las dos mayores preocupaciones son, por un lado, el impacto de la digitalización en el aprendizaje y la cultura, así como el rol de los expertos y los amateurs; y por el otro, la promesa —o el riesgo— de la personalización (o la desmasificación, puesto de otra forma). En cuanto a lo primero, ejemplos como *Wikipedia* representan un paradigma que permite a uno y otro bando sentar posiciones concretas: los pesimistas temen la relativización de la verdad en manos de cualquier individuo con capacidad de editar el contenido de una enciclopedia, y ven el culto por lo amateur como la muerte de los expertos; en el

plano político, les ocupa el desvanecimiento de la autoridad y la representación democrática y la instauración de una olocracia o un “gobierno de las masas” bajo la ilusión de la participación directa. Los optimistas, por contrario, ven lo anterior como puertas que se abren: hablan de una inteligencia colectiva, de una solidaridad basada en el intercambio abierto e incluso el nacimiento de nuevos modelos de negocio. En cuanto a lo segundo, ambos bandos sugieren que la digitalización ha provocado una “personalización” de las experiencias mediáticas: aquí podríamos hablar de *Netflix* como el paradigma de producción, distribución y acceso que modela el ecosistema actual. Mientras que los optimistas hablan de la creación de entornos personalizados enriquecidos —gracias a la personalización o “customización” de todos los bienes y servicios—, los pesimistas critican cómo se empobrecen la cultura en manos de un narcisismo que fragmenta la sociedad (Thierer, 2010).

Antes que establecer una posición definitiva cabe insistir en la importancia que tienen estas perspectivas en la manera como nos relacionamos con los medios. Unos y otros tienen argumentos suficientes sobre los que vale la pena reflexionar (sea para relativizar o contextualizar). Si, queda claro en que debemos tomar consciencia del estatuto de incertidumbre tecnológica en que nos movemos y cómo gravita en los discursos educativos institucionales y profesionales.

4. La economización del discurso educativo

Otra premisa de la que partimos es que el discurso económico ha desplazado al político en casi todos los sectores. Parecen siempre más serios los discursos políticos cuando aportan guarismos y estadísticas concretas antes que ideales abstractos. En el plano educativo, el aprendizaje se ha planteado como un determinante del crecimiento económico a través de su impacto directo en el capital humano. Desde que esta teoría apareció en los años 60, desarrolló la idea de que los factores que impulsan el desarrollo de un país —capital, trabajo y recursos humanos— se relacionan más con la cantidad de educación incorporada en el individuo y en la sociedad. En esa línea, autores como Schultz o Becker (citados en Cuenca, 2013) insistían en que las capacidades productivas de una persona crecían de forma proporcional a la cantidad de conocimientos acumulados:

En síntesis, la teoría del capital humano se entiende como aquellas capacidades que cada individuo aporta a una empresa, que son activos individuales e intransferibles, que agrega valor y que tiene fuertes incentivos internos, transformándose en la mejor inversión individual y familiar. [...] Dentro de este marco, se entiende a la educación como “una inversión que se realiza para incrementar la capacidad productiva a futuro” Quiroz, 2008, p. 65], puesto que permite a las personas acceder a puestos de trabajo mejor remunerados y constituir familias con mejores condiciones de vida (Cuenca, 2013: 81).

Al concebirse la educación en estos términos, una de las urgencias de los estados fue hacer llegar la oferta educativa a toda la población hasta lograr un acceso universal. En paralelo, sin embargo, se añadió a la demanda de acceso una variable de calidad que se volvió un “sentido común”, pues hasta hoy no tiene una definición unívoca. Como señala Ricardo Cuenca (2013), la noción de calidad que prevaleció en este contexto socioeconómico fue la utilitarista, traducida en calidad del producto final y en eficiencia del logro de ese mismo producto (p. 82). Entre las variables de calidad más recurridas, los expertos dividen aquellas que provienen de la oferta —infraestructura, materiales, gestión institucional y docencia— y las que derivan de la demanda —formación temprana, acceso a la educación de los padres, lengua materna, nivel de pobreza, etc.— (Beltrán & Seinfeld, 2013).

Así mismo, otros de los efectos de la economía sobre la política en el mundo educativo ha sido la creciente importancia de la evaluación como mecanismo de mejora. Así como el presupuesto se rige en la tecnocracia contemporánea por metas, resultados y retornos de inversión, en la educación también todo ha de evaluarse: alumnos, docentes, instituciones y sistemas. Como precisa Ruiz-Tarragó (2017), no es que la evaluación carezca de importancia, pero ante su uso acrítico y:

La falta de una potente visión de las realidades del mundo exterior y de intercambios permanentes con el mismo, el exceso de discurso sobre la evaluación contribuye a crear muros mentales que acentúan que el sistema educativo sea prisionero de sí mismo, es decir, que la escuela sea un fin en sí misma (59).

En palabras de Martha Nussbaum (citada en Ruiz-Tarragó, 2017), este tipo de debates sobre las nuevas políticas —entre ellas la educativa— confirman ciertos sesgos de las élites, orientadas a perpetuar relaciones de poder. Esto genera una suerte de autismo sectorial que obliga al sistema educativo a seguir juzgándose a sí mismo, incapacitándolo para negociar nuevos sentidos y significados fuera de su propio entorno. En muchos países, los malos resultados de pruebas como PISA han sido la coartada perfecta para deslegitimar la escuela como institución social y para nutrir una opinión pública que, en casos como el peruano, es cada vez más favorable a la privatización del sistema educativo. Así también, este es el germen bien aprovechado del discurso determinista de la tecnología que apunta a inyectar dispositivos como fórmula para mejorar la calidad de las escuelas. Como apunta Paula Sibilia (2016), “el aparataje técnico se considera un mero instrumento a ser incorporado a las prácticas escolares, como si fuera una herramienta neutra capaz de actualizarlas, remediando de ese modo la tan proclamada crisis”.

En este contexto, las tecnologías, vistas desde una perspectiva utilitarista, sirven al deslegitimado sistema escolar, primero, proveyendo amplio acceso a la

información y, como consecuencia, al conocimiento —que, en boca de muchos autores y políticos, parece resultar una transición automática—; y segundo, capacitando a las personas en una serie de habilidades imprescindibles para la sociedad actual y futura. Por su parte, los sistemas educativos deben responder a las demandas del sistema productivo incorporando —en muchos casos de manera acrítica— los avances científicos y tecnológicos, engrosando, para ello, un currículo que garantice la calidad en la formación de los ciudadanos, pero que, como en el caso de muchas constituciones políticas, termina siendo una declaración de buenas intenciones por la manera descontextualizada en que se produce.

Ahora bien, la economía, en todo lo anterior, juega un rol ideológico (o astutamente político, en términos de Paulo Freire) más relevante del que creemos.

5. Competencias del siglo XXI y empleabilidad

La tecnología digital viene generando una ruptura a muchos niveles, pero quizá el que mayor atención concite sea el del ámbito laboral. Como dijimos, miedos asociados a la masiva pérdida de empleos, pero también la esperanza de una mejor calidad de vida a mano de poderosos algoritmos, discurren por la sociedad como virus, confundiendo fundamentos y datos objetivos con ideas distópicas sobre el futuro. Ante este escenario, preocupa definir las competencias requeridas para lidiar con estas nuevas tecnologías y con sus contenidos. Por un lado, como señala Scolari (2009), hoy una persona normal recibe en solo día más estímulos que un habitante del Medioevo en toda su vida, lo que sumado a la fragmentación de nuestras experiencias cognitivas nos obliga a desarrollar nuevas estrategias de aprendizaje. Por el otro, muchas de las tareas ya digitalizadas y automatizadas han puesto de manifiesto la urgencia de revisar los conocimientos, habilidades y actitudes exigidas por el nuevo régimen. Muchos autores se han ocupado de esto y han explorado la evidencia acumulada desde las perspectivas académica y profesional.

En el primer caso, Laar, van Deursen, Van Dijk y de Haan (2017) revisaron más de 1,500 artículos relativos a los cambios del siglo XXI y su relación con las nuevas competencias laborales. A partir de una revisión sistemática de 75 estudios finalmente incluidos en la muestra, propusieron siete dimensiones competenciales fundamentales: técnica, gestión de la información, comunicación, colaboración, creatividad, pensamiento crítico y resolución de problemas, así como cinco dimensiones contextuales: conciencia ética, conciencia cultural, flexibilidad, autodirección y aprendizaje a lo largo de la vida. Asimismo, ofrecieron la siguiente conceptualización operativa:

Tabla 2. Competencias fundamentales y contextuales para el siglo XXI

Dimensión	Definiciones conceptuales y componentes operativos
COMPETENCIAS FUNDAMENTALES	
Técnica	Usar dispositivos y aplicaciones (móviles) para realizar tareas prácticas y reconocer entornos en línea específicos para navegar y mantener la orientación.
Gestión de la información	Utilizar las TIC para buscar, seleccionar y organizar eficientemente información, así como para tomar decisiones informadas sobre las fuentes de información más adecuadas para una tarea determinada.
Comunicación	Utilizar las TIC para transmitir información a otros, asegurando que el significado se exprese de manera efectiva.
Colaboración	Utilizar las TIC para desarrollar una red social y trabajar en equipo para intercambiar información, negociar acuerdos y tomar decisiones con respeto mutuo hacia el logro de un objetivo común.
Creatividad	Utilizar las TIC para generar ideas nuevas o desconocidas, o tratar las ideas familiares de una manera nueva y transformarlas en un producto, servicio o proceso que se reconoce como novedoso dentro de un dominio particular.
Pensamiento crítico	Utilizar las TIC para hacer juicios informados y opciones sobre la información y la comunicación obtenidas utilizando razonamiento reflexivo y pruebas suficientes para apoyar las reclamaciones.
Resolución de problemas	Utilizar las TIC para procesar y entender cognitivamente una situación problemática en combinación con el uso activo del conocimiento para encontrar una solución a un problema.
COMPETENCIAS CONTEXTUALES	
Conciencia ética	Comportarnos de una manera socialmente responsable, demostrando conciencia y conocimiento de aspectos legales y éticos al usar las TIC.
Conciencia cultural	Mostrar comprensión intercultural y respeto hacia otras culturas cuando se utilizan las TIC.
Flexibilidad	Adaptar nuestro pensamiento, actitud o comportamiento en los entornos cambiantes de las TIC.
Autodirección	Establecer metas propias, gestionar el logro de las mismas y evaluar nuestro progreso al utilizar las TIC.
Aprendizaje a lo largo de la vida	Explorar constantemente nuevas oportunidades al usar TIC que pueden ser integradas para la mejora continua de nuestras capacidades.

Fuente: Laar, van Deursen, Van Dijk y de Haan (2017), traducción propia.

Por su parte, la unidad de inteligencia de la revista británica *The Economist*, auspiciada por Google, publicó el informe *Driving the skills agenda: Preparing students for the future*. Para elaborar este documento, entrevistó expertos mundiales y aplicó una encuesta a nivel global con ejecutivos senior de empresas, docentes y estudiantes. Los resultados coinciden en gran medida con los hallados en la revisión sistemática de Laar, van Deursen, Van Dijk y de Haan (2017): la resolución de problemas, el trabajo colaborativo y la comunicación son claves de los nuevos entornos laborales. Existen, no obstante, otros elementos

críticos no precisados en el cuadro anterior que completan la visión sobre el estado de las cosas:

- a. Para muchos ejecutivos, existe una brecha entre la calidad de la oferta y de la demanda laboral. Esto es aún más grave por lo pobre autopercepción de los estudiantes sobre sus propias capacidades. Las razones de esta asimetría son ambiguas: en algunos casos, el problema está en la información proporcionada por las propias empresas y los estados, que lleva a muchos estudiantes a formarse en disciplinas sin mayor demanda; en otros casos las propias empresas son incapaces de precisar el tipo de competencias que requieren.
- b. Las competencias para el siglo XXI no representan un consenso universal. Aún más, en ciertos contextos pueden ser observados como una preocupación elitista. En países en desarrollo, por ejemplo, la mayor prioridad sigue siendo aquellas competencias básicas, como la literacidad y numeracidad, cuya formación escolar es aún deficitaria. En este sentido, el informe advierte de la tentación de engrosar un currículo escolar que aún no satisface los objetivos propios del siglo XX, aunque algunos especialistas señalan que las competencias no tienen por qué ser excluyentes.
- c. Las competencias no pueden ser enseñadas de forma aislada. La transversalidad es clave, pero es difícil de aplicar sobre todo porque los propios profesores no han sido formados en ella.
- d. Muchos estudiantes están atendiendo los déficits de las escuelas por sus propios medios. Existen diferencias significativas en varias competencias entre aquellas adquiridas formalmente en la escuela y las que fueron desarrolladas por otros medios. Muchos docentes, asimismo, empiezan a reconocer que el nivel de aprendizaje independiente de los estudiantes ha crecido, al margen de que los temas no sean considerados en los currículos oficiales o incluso puedan ser debatibles.
- e. Finalmente, si bien la tecnología ha cambiado, los paradigmas escolares siguen inmutables. Muchos estudiantes y docentes reconocen la brecha en literacidad digital existente, así como el desaprovechamiento de las tecnologías disponibles. Para muchos ejecutivos, ampliar el acceso tecnológico en las instituciones educativas es una de las tres maneras concretas en que los estados puedan beneficiar el desarrollo industrial (las otras dos son “proveer mejor acceso a esquemas empresariales o prácticas preprofesionales” y “mejorar la formación docente”) (The Economist, 2015).

Este informe concluye en la importancia del docente. Aunque se diga que ya no es el oráculo de antaño, su tarea de seleccionar, filtrar, compartir y explicar contenido es tan crítica como siempre ha sido. Lo que ha cambiado, sin embargo,

es la expectativa de que ese conocimiento hoy importante será requerido en el futuro, por lo que el desarrollo de capacidades de adaptación hacia el cambio son más que nunca relevantes. En este sentido, las políticas promovidas desde los estados para la formación docente deben ser repensadas. Asimismo, el rol de la tecnología y el aseguramiento del acceso a la misma es imprescindible, pero debe estar supeditado a un diseño cuidadoso y deliberado.

6. Conclusión: la incertidumbre de la escuela tecnocratizada

Muchos autores suelen referirse al paradigma de la sociedad de la información o del conocimiento como finalidad a la que debe atenerse el sistema escolar sin cuestionar las bases ontológicas de lo que eso significa. Lo hacen de forma gaseosa o poco crítica, lo que confirma la tecnocratización del discurso educativo. La educación es hoy más un asunto económico que político y las competencias formativas las dicta el mercado. Si se detecta un desfase entre la oferta y la demanda laboral, esto constituye motivo suficiente para reclamar un cambio en la escuela y su modelo. Como dijo Martín-Barbero (2009):

Lo que fue un ámbito de socialización densa se ha ido convirtiendo en un ámbito cada vez más dedicado a la administración de saberes, que los expertos ahora denominan competencias, como si con esa palabra mágica se pudieran conjurar todos los conflictos que aquejan a la educación, cuando lo que en verdad están logrando es estandarizar su calidad y “abaratlarla” de-socializándola, esto es, sometiéndola a los parámetros provenientes de la reingeniería empresarial y la competitividad del mercado (23).

Esas competencias suelen estar más centradas en lo que se conoce indistintamente como ‘competencias transferibles’, ‘competencias del siglo XXI’ y ‘competencias no cognoscitivas’, que son la comunicación, la alfabetización digital, la resolución de problemas, el trabajo en equipo y el espíritu de empresa” (UNESCO, 2015, p. 64). Sin embargo, la misma UNESCO en su más reciente estudio del estado de la educación, *Replantear la educación. ¿Hacia un bien común mundial?*, reconoce que la educación por sí sola no puede resolver los desafíos económicos y que “es preciso reconsiderar el modelo actual de desarrollo y aprovechar para replantear el vínculo que une la educación y el mundo del trabajo” (Unesco 2015).

En este escenario y desde la perspectiva económica y social, el rol de la educación mediática, interesada en el desarrollo de capacidades para interactuar críticamente con los medios de comunicación (digitales o analógicos, todos) se abre a necesarios debates ideológicos. Autores como Zoë Druick (2016) han advertido con radicalidad que la educación mediática, para bien o para mal, puede asociarse también con el discurso neoliberal de promesas y peligros del mundo laboral, del funcionamiento de la democracia digital y del crecimiento

de la economía creativa poniendo como eje al *homo economicus* antes que al ciudadano (p. 1128).

Otros especialistas, como James McDougall (2017), creen que el discurso de la educación mediática debe, para evitar lo anterior, sentar una posición económica y social más clara: si se critica a muchos partidos políticos de haber perdido legitimidad social por haber sido poco o nada consecuentes con sus propias ideologías —y coquetear con el discurso neoliberal—, la misma responsabilidad puede achacarse a la educación mediática si se reduce a representar los intereses corporativos que reclaman la formación de determinadas capacidades ligadas a la productividad y el desarrollo económico. Así pues, la educación mediática debe entenderse como una solución integradora que abarca desde las dimensiones tecnológicas hasta las éticas, culturales y económicas (Ferrés & Piscitelli, 2012). No se puede limitar a la formación solo de determinadas capacidades instrumentales o habilidades técnicas para el dominio de los medios digitales.

Del mismo modo, es imprescindible volver a la centralidad del docente y a su formación en un contexto tecnocratizado. Un artículo publicado en el diario *El País* pregunta: “¿Está preparado el grado de Magisterio para formar a los futuros profesores de acuerdo con esos cambios?”. Para responder, la periodista entrevista a especialistas y profesores, una de las cuales responde:

Vamos siempre detrás de lo que dicta la industria en lugar de fijar las reglas desde las universidades. Empresas como LEGO lanzan un robot y en los colegios se crea la asignatura de robótica para enseñar a los niños a programarlos'. Está claro que la programación fomenta la creatividad y ayuda a estructurar la mente, sostiene Gutiérrez [la entrevistada], pero la reflexión de qué tipo de profesor y enseñanza se quiere debería nacer en la universidad. (Torres, 2016)

Razón no le falta. Desde luego, es más fácil que las deficiencias de un sistema laboral sean atribuidas a la calidad de la mano de obra en lugar de cuestionar las estructuras sociales y económicas, pero entonces los docentes terminan siendo el chivo expiatorio de un sistema esclerosado por intereses de grupos de presión. Pero ¿cuánto del debate económico y social está presente en la formación de los docentes o en las discusiones sobre la reforma curricular? ¿Son las universidades o institutos lugares donde se debata el impacto social o económico de lo digital o el aporte de la educación mediática en estos tiempos? Como señala Ruiz-Tarragó (2017), la falta de una visión compartida de lo que debe ser la educación ha sido reemplazada por resultados de exámenes, rankings, competencias y rendición de cuentas. En este sentido, “para defender el futuro de la educación y para que esté en condiciones de ofrecer un servicio más personalizado y humano y más generador de cultura, aprendizajes y satisfacciones, es imprescindible comprender la naturaleza y la causa de esta crisis” (p. 63). La deriva economicista de la educación es evidente, y la cultura digital parece su caballo de Troya.

Referencias bibliográficas

- Acemoglu, D. & Restrepo, P. (2016). *The Race Between Machine and Man: Implications of Technology for Growth, Factor Shares and Employment*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research. Obtenido de <http://www.nber.org/papers/w22252>
- Beltrán, A. & Seinfeld, J. (2013). *La trampa educativa en el Perú: cuando la educación llega a muchos pero sirve a pocos*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Bladergroen, M., Chigona, W., Bytheway, A., Cox, S. D., & van Zyl, I. (2012). Educator Discourses on ICT in Education: A Critical Analysis. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*, 2(8), 107-119.
- Brey, A. (2009). La Sociedad de la Ignorancia. En A. Brey, D. Innerarity, & G. Mayos, *La Sociedad de la Ignorancia y otros ensayos*. Barcelona: Infonomía.
- Castells, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. Volumen I: La Sociedad Red. México D.F.: Siglo XXI.
- Chakravorti, B. & Shankar-Chaturvedi, R. (2017). Digital Planet 2017: How Competitiveness and Trust in Digital Economies Vary Across the World. The Fletcher School, Tufts University. https://sites.tufts.edu/digitalplanet/files/2017/05/Digital_Planet_2017_FINAL.pdf
- Cobo, C. (2016). *La Innovación Pendiente. Reflexiones (y Provocaciones) sobre educación, tecnología y conocimiento*. Montevideo: Colección Fundación Ceibal/ Debate.
- Cuenca, R. (2013). La escuela pública en Lima Metropolitana. ¿Una institución en extinción? *Revista Peruana de Investigación Educativa*(5), 73-98.
- Druick, Z. (2016). The Myth of Media Literacy. *International Journal of Communication*, 10, 1125-1144.
- Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 19(38), 75-82. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>
- Kelly, K. (2017) *The Inevitable*. Nueva York: Penguin Books.
- Laar, E; van Deursen, A.; Van Dijk, J. & de Haan, J. (2017). *21st century digital skills for work: a systematic literature review*. San Diego, CA: International Communication Association Annual Conference.
- Mariátegui, J.C. (2007). *Siete Ensayos de Interpretación de la Realidad Peruana*. Caracas: Biblioteca Ayacucho.
- Martín-Barbero, J. (2009). Cuando la tecnología deja de ser una ayuda didáctica para convertirse en mediación cultural. *Revista Electrónica Teoría de la Educación*, 10(1), 19-31.
- McDougall, J. (2017). Media Literacy, Good Agency: If Jez We Could? *Journal of Media Literacy*, 1/2(64), 20-26.
- Morozov, E. (2015). *La locura del solucionismo tecnológico*. (N. Piñeiro, Trad.) Buenos Aires: Katz Editores.
- Mortimer, I. (23 de setiembre de 2018). ¿En qué siglo ha habido más cambios? (y no necesariamente es el XX). *BBC News*. Obtenido de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45605239>
- Nosengo, N. (3 de Enero de 2017). La gran estafa de la revolución tecnológica. Obtenido de *El Mundo*: <http://www.elmundo.es/papel/futuro/2017/01/03/5863bf3046163f58378b4573.html>
- Pedró, F. (2016). Hacia un uso pedagógico efectivo de la tecnología en el aula. ¿Cómo mejorar las competencias docentes? En M. T. Lugo, *Entornos digitales y políticas educativas: dilemas y certezas* (págs. 245-270). Buenos Aires: Instituto Internacional de Planeamiento

de la Educación IIPE-Unesco.

- Postman, N. (2015). El humanismo de la ecología de los medios. En Scolari, C. *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 97-107). Barcelona: Gedisa.
- Ruiz-Tarragó, F. (2017) Educación hoy: dos crisis y un reto. En Pérez-Tornero & Martire. *Educación y nuevos entornos mediáticos. El desafío de la innovación* (pp. 47-65). Barcelona: UOC.
- Scolari, C. (2009). Desfasados Las formas de conocimiento que estamos perdiendo, recuperando y ganando. *Versión*, 22, 163-185.
- Sibilia, P. (2016). Entre redes y paredes: enseñar y aprender en la cultura digital. En M. T. Lugo, *Entornos digitales y políticas educativas : dilemas y certezas* (pp. 201-224). Buenos Aires: Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación IIPE-Unesco.
- The Economist. (2015). *Driving the skills agenda: Preparing students for the future*. Obtenido de The Economist Intelligence Unit: <https://edu.google.com/pdfs/skills-of-the-future-report.pdf>
- Thierer, A. (2010). The Case for Internet Optimism, Part 1: Saving the Net from its Detractors. En B. Szoka, & A.. Marcus, *The Next Digital Decade. Essays on the Future of the Internet* (pp. 57-88). Washington D.C.: TechFreedom.
- Torres, A. (9 de Mayo de 2016). ¿Está preparado Magisterio para formar a los profesores del futuro? Obtenido de El País: https://economia.elpais.com/economia/2016/05/08/actualidad/1462704637_262325.html

Implementación de la Televisión digital en Chile: ¿una oportunidad real para la TV Comunitaria?

*Implementação da televisão digital no Chile: uma oportunidade real
para a TV comunitária?*

*Implementation of digital television in Chile: a real opportunity for
Community TV?*

Andrea VILLARRUBIA- MARTÍNEZ

Universidad de Huelva, villarrubiaandrea@gmail.com

Ignacio AGUADED-GÓMEZ

Universidad de Huelva, doctorado-comunicacion@uhu.es

Águeda DELGADO-PONCE

Universidad de Huelva, agueda.delgado@dfesp.uhu.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Ensayo, pp. 279-296)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 28-02-2019 / Aprobado: 10-06-2019

Resumen

Este artículo pretende dar a conocer el estado de la Televisión comunitaria en el proceso de instalación de la TV digital en Chile. A partir de un análisis documental de instrumentos públicos, disponibles en la web e instituciones gubernamentales, se plantea una visión tanto de la política de otorgamiento de concesiones actualmente en desarrollo, como de la entrega de dos fondos de fomento específicos. Asimismo, se señala que sin otras políticas de apoyo estatales la TV comunitaria no puede subsistir. Como conclusión, se plantea que sólo con la articulación de las políticas analizadas y un cambio legal del sistema de medios en su conjunto se puede garantizar la sustentabilidad de estos medios que favorecen la participación ciudadana, la diversidad y el pluralismo.

Palabras clave: TV digital, Televisión local, fondos de fomento.

Abstract

This article shows the status of the Community Television during the process of deployment of digital television in Chile. Based on an analysis of public documents available on the web and governmental institutions, we pose a vision of the concession granting policy currently under development and the delivery of two specific development funds given. It also points out that without other state support policies, community TV cannot survive. As a conclusion, it is suggested that only through the articulation of the policies analyzed and a legal change of the media system as a whole, the sustainability of these media that favor citizen participation, diversity and pluralism can be guaranteed.

Keywords: local television;; digital tv licenses; public development funds.

Resumo

AEste artigo mostra o status da Televisão Comunitária durante o processo de implantação da televisão digital no Chile. Com base em uma análise documental de documentos públicos, é dada uma perspectiva da política em desenvolvimento de concessão de licenças e dois fundos específicos de fomento. Da mesma forma, salienta-se que, sem outras políticas de apoio estatal, a TV comunitária não pode sobreviver. Como conclusão, propomos que somente através da articulação dessas políticas e uma mudança legal no sistema de mídia em geral, a sustentabilidade destes meios de comunicação - que favorecem a participação, a diversidade e o pluralismo - pode ser garantida.

Palavras-chaves: televisão local, licenças de tv digital; fundos públicos de desenvolvimento.

1. Introducción

El inicio del proceso de implementación de la televisión digital en Chile tiene importantes diferencias con el desarrollado en otros países en los que el Estado ha tomado un rol central, en términos de instalación de antenas, decodificadores o compra de equipamientos. Pese a que el financiamiento del proceso recae en los privados, las consecuencias que la televisión digital tendrá para todo este sector de la comunicación y en especial para la televisión comunitaria se mira con algo de esperanza. La Ley 20.750 de 2014 reconoce por primera vez a este tipo de emisoras, las que se encontraban en el limbo de la alegalidad, haciendo uso del espacio radioeléctrico sin contar con una licencia y sin poder acceder a fuentes de financiamiento público. El proceso de entrega de las primeras concesiones de televisión digital ha puesto en marcha otros mecanismos estatales, como dos fondos específicos que pretenden servir de apoyo a la televisión comunitaria: el Fondo CNTV para contenidos de carácter comunitario, iniciado en 2015 y el Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones, reformulado en 2018. Estos recursos se suman a otras políticas concursables a los cuales la TV comunitaria recurre para sobrevivir, a falta de políticas específicas.

Este artículo analiza estas políticas, en cuanto a oportunidades para el fortalecimiento de la televisión comunitaria, a partir del análisis de información pública, disponible en la web de los servicios estatales. Tanto los fondos como el acceso al espacio radioeléctrico pueden contribuir a modificar las condiciones de un sector tradicionalmente relegado. Sáez (2014,) señala que: la sustentabilidad social se basa en la apropiación y legitimación; la sustentabilidad institucional en la conformación de un ambiente propicio; y, sustentabilidad financiera consiste en contar con los recursos necesarios. Ante la falta de una política coordinada la sustentabilidad financiera e institucional de estos proyectos está en juego, tal como Sáez (2014) y Gumucio (2011) ya lo han advertido.

En la misma línea, el Consejo Nacional de Televisión (2016e) identifica tres elementos necesarios para el desarrollo de medios comunitarios: el reconocimiento institucional de este tipo de comunicación en el sistema medial; el acceso, que podría representarse en los concursos de frecuencias digitales de televisión digital; y, el apoyo económico, que puede ejemplificarse con los fondos concursables específicamente diseñados.

2. Marco Teórico

El aporte de la televisión digital, tanto en el mejoramiento de la calidad técnica como respecto de la diversificación de la oferta de contenidos ha sido ampliamente abordado por la literatura científica. Desde hace más de una década, el proceso de implementación de la TV digital se está desarrollando en diversos lugares del mundo, modificando el panorama con nuevas formas de hacer y ver televisión. Autores como Pérez de Silva (2000), Fuenzalida (2008),

Orozco et. al. (2012) y Prado (2015) han documentado que la televisión se vuelve deslocalizada y no lineal, el aparato receptor es reemplazado por nuevos equipos inteligentes, desaparecen los horarios y cambian los formatos. Entre las oportunidades más esperanzadoras de la TVD también está la ampliación de la diversidad y pluralidad de voces y la inclusión de nuevos actores al mercado televisivo. Otro aspecto en la discusión ha sido el rol que cabe a las emisoras de servicio público en el contexto de la digitalización y el deber de los Estados -en materia de legislación y de políticas públicas- para resguardar el acceso de la ciudadanía a la comunicación (Medina & Ojer, 2011; Sáez Baeza, 2013; Lanza, 2014). En este sentido el llamado tercer sector, los medios comunitarios, cobra una gran relevancia.

El proceso de instalación de la TVD no ha estado exento de dificultades, por ejemplo, en Europa tras la crisis económica mundial, las grandes emisoras públicas sufrieron importantes procesos de ajuste, como relatan investigadores como Medina & Ojer (2011); Bucci, Chiaretti, & Fiorini (2012) y Francés (2014). Por otra parte, en América Latina el proceso está actualmente en pleno desarrollo, considerando un avance desigual. Varios países han postergado las fechas inicialmente comprometidas para el apagón analógico (CNTV & Gómez, 2018). Según Toussaint (2017) estas diferencias entre los países se pueden rastrear ya en el inicio de la televisión en el continente: comenzó con una fuerte influencia del modelo norteamericano -profundamente comercial- y fue definida por la sucesión de regímenes autoritarios, desde los años '50 y hasta los 80s, que marcaron la diferencia de televisión pública en el continente respecto de los sistemas europeos. La introducción de la norma a color y la privatización de la televisión a mediados de los años 80 abrió un plano para el desarrollo de modelos decididamente comerciales. A fines de los noventa, la autora señala que con la llegada de gobiernos socialdemócratas y de izquierda “se volvió a poner sobre la mesa la discusión del papel de los medios audiovisuales como servicio público” (Touissant, 2017: 227).

En Chile la implementación de la TV digital está recién comenzando, a partir de la entrega de las primeras de concesiones de este tipo de televisión, a inicios de 2018. Este proceso considera la existencia de actores nacionales, regionales, locales y, por primera vez, locales comunitarios.

2.1 Algunas definiciones

Las organizaciones internacionales reconocen el aporte de la comunicación comunitaria para el ejercicio de la libertad de expresión, el pluralismo y el Derecho a la comunicación. UNESCO en el documento editado por Buckley (2011, p.7) describe a los medios comunitarios como:

Community media are understood in this collection as independent, civil society-based media that operate for social benefit and not for profit. They are present in all

regions of the world as social movements and community-based organizations have sought a means to express their issues, concerns, cultures and languages. Community media set out to create an alternative both to national public broadcasters, which are often under government control, and to private commercial media. They provide communities with access to information and voice, facilitating community-level debate, information and knowledge sharing and input into public decision making.

Gumucio (2011: 38) presenta varios conceptos que permiten situar la comunicación comunitaria: la comunicación para el desarrollo, la comunicación participativa y la comunicación alternativa. El autor propone un paradigma, la comunicación para el cambio social, que supera estas definiciones incorporando elementos de algunas de ellas. Ahondando en esta perspectiva el autor destaca y señala cinco condiciones que están presentes en los procesos para el cambio social: la participación comunitaria y apropiación, que Gumucio Dragón define como una experiencia participativa, que va más allá del simple acceso. El segundo elemento que destaca es el lenguaje y pertinencia cultural, que considere el intercambio entre lenguas y culturas, sobre la base del diálogo y el respeto. Otra característica es la generación de contenidos locales por parte de las comunidades, que según el autor “rescaten el saber acumulado a través de muchas generaciones”. El cuarto punto es el uso de tecnología adecuada no centrada en la tecnología, sino en el proceso de comunicación. Por último, promueve el diálogo dentro y fuera de la comunidad, en red y de manera convergente.

En esta misma línea, específicamente respecto de la televisión comunitaria, Márquez (2013: 2) cree que debe ser entendida como:

...El espacio televisivo en el que participa la comunidad, no como actor pasivo, sino como protagonista activo, donde ésta se hace partícipe del proceso de creación, realización, promoción, crítica y censura de ese espacio y sus productos y en donde sus intereses que la mueven son el desarrollo colectivo.

2.2 Medios comunitarios en Chile

Históricamente en Chile los medios comunitarios han tenido un desarrollo difícil por la existencia de un modelo predominantemente comercial, que favorece la creciente concentración de la propiedad. Cabe recordar que tampoco existe en Chile un sistema público de medios y que incluso la emisora pública Televisión Nacional de Chile, TVN, debe autofinanciarse por vía publicitaria. A ello se agrega la falta de marcos legales que regulen el conjunto del sistema, considerando a todos los actores. Tampoco existen mecanismos de fomento específico para el tercer sector.

Tanto la radio como la televisión comunitaria nacieron en Chile como una respuesta de la sociedad civil a la dictadura militar. Ramírez (2004) describe a Radio Villa Francia como el uno de los primeros ejemplos de estas emisoras

surgidas de colectivos sociales y populares. En 1992 recién se reconoce la existencia legal de las radios comunitarias a través de Ley 18.168, que las define *per se* emisoras de mínima cobertura, de tan solo 1 watt de potencia y privadas de financiamiento publicitario. El reconocimiento legal les permitió optar a concursos para operar en el espacio radioeléctrico, con el costo que ello representa para las organizaciones que las sostienen. La ley 20.433 de 2010 modifica la norma y amplía la cobertura de las emisoras, de 1 watt hasta 25 watts de potencia, 30 watts para proyectos vinculados con las identidades culturales indígenas y 40 watts en zonas muy rurales o aisladas, pero no cambia el criterio geográfico, ni el acceso a financiamiento o la posibilidad de constituirse como red o cadena.

Según describen Saéz, Espinoza y CNTV (2012) los antecedentes de la televisión comunitaria en Chile se encuentran en el uso de videos realizados por productoras independientes -como Teleanálisis y Proceso-, para dar a conocer la realidad del país y como respuesta a la comunicación oficial de la dictadura militar. El primer canal comunitario, la Señal 3 de La Victoria sale al aire en 1997. En 2006 los canales existentes forman la Red de Televisoras Populares, que luego participa de la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital que se constituyó como referente ciudadano para el desarrollo de la Ley de Televisión digital.

Antes de la promulgación de la Ley 20.750, el sector de la televisión comunitaria se encontraba sin sustento legal. Sáez et al. (2012) lograron distinguir 3 tipos de canales comunitarios existentes: *poblacional*, que surge en determinado sector y con una historia común, como los campamentos; *canales de desarrollo local*, que surge en un territorio más amplio, no necesariamente con una historia en común; y, los de *desarrollo social y cultural* que surgen para el desarrollo de los barrios que los emiten. Se catastraron 19 experiencias de televisión comunitaria de los diferentes tipos. En la Tabla 1 se detallan esos canales, según su región y localidad de operación.

Tabla 1, Canales locales comunitarios

Nombre	Región	Localidad
Challa TV	Arica y Parinacota	Arica
Parinacota TV	Arica y Parinacota	Putre
Pichilemu TV	O'Higgins	Pichilemu
El 3 de Conce	Maule	Concepción
<i>Wall papa mapu mew tayinñ rakizuam</i>	Araucanía y Los Ríos	Temuco y Panguipulli
Queilén TV	Los Lagos	Queilén urbano
ATV Canal 3 de San Ramón	Metropolitana	San Ramón
Canal 3 Barracas TE VE	Metropolitana	Pudahuel
Canal comunitario Señal 3 San Ramón	Metropolitana	Comuna de San Ramón
Espejo Comunicaciones	Metropolitana	Comuna de Lo Espejo

Legua TV	Metropolitana	San Joaquín
Niño Dios Televisión	Metropolitana	Malloco / Peñaflor
Oveja TV Canal 3	Metropolitana	Comuna de Padre Hurtado
Parinacota Televisión Quilicura	Metropolitana	Quilicura
Quilicura Televisión Canal 6	Metropolitana	Comuna de Quilicura
Señal 3 La Victoria	Metropolitana	Comunas de Pedro Aguirre Cerda, Lo Espejo
TV8 Peñalolén	Metropolitana	Peñalolén
Victor Jara TV	Metropolitana	Barrio Yungay
Tala TV	Metropolitana	Talagante

Fuente: Elaboración propia con datos CNTV (www.cntv.cl)

2.3 La Ley 20.750 y el reconocimiento a la televisión comunitaria

La Ley 20.750 reconoce la existencia de la televisión nacional, regional, local y local comunitaria. Recoge algunas de las características de los medios comunitarios, como su independencia o que no tengan fines de lucro, para distinguirla de la televisión local. Se define lo local como: “alcance efectivo inferior al 25% de la población de la región, y con una cobertura inferior al 50% de las comunas de dicha región”. Lo local comunitario se define como:

...aquellas personas jurídicas de derecho privado, sin fines de lucro, que sean titulares de una sola concesión dentro de los márgenes de presencia establecidos para los concesionarios de cobertura local y que no podrán formar cadenas ni redes de manera permanente. Dichos concesionarios deberán velar por la promoción del desarrollo social y local, debiendo dar cabida a aquella producción realizada por grupos sociales o personas que residan en la zona de cobertura de su concesión. Podrán ser concesionarios locales de carácter comunitario las juntas de vecinos y demás organizaciones comunitarias constituidas en conformidad a la ley N° 19.418, las comunidades agrícolas y las comunidades y asociaciones indígenas, entre otros. No podrán ser concesionarios locales de carácter comunitario las organizaciones político-partidistas. Las concesiones locales de carácter comunitario serán indelegables y se prohíbe su transferencia, venta o cualquier forma de cesión directa o indirecta (Ley 20.750).

Asimismo, la ley establece algunos aspectos que han sido considerados positivos por parte de la Relatoría especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Por ejemplo, se destaca que una vez que se disponga del espacio radioeléctrico para la migración de los canales existentes en la banda VHF a la UHF, el 40% restante sea destinado para la comunicación regional, local y comunitaria. Este cuerpo legal establece además que todas las concesiones por medios propios serán otorgadas por 20 años, sin distinción.

Por ley, la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones será el organismo encargado de la

administración del espacio radioeléctrico, mientras que el Consejo Nacional de Televisión, CNTV, se encargará de otorgar las concesiones respecto del espacio sugerido por la SUBTEL.

Cabe señalar que se llama a concurso sólo a solicitud de los interesados, a partir de la cual se generan unas bases, previa consulta de disponibilidad a SUBTEL. Posteriormente, se llama a concurso de manera abierta y pública, a través de la publicación en el Diario Oficial. Para efectos de la postulación se construyeron plataformas digitales diferenciadas, según tipo de concesión a la que se optaba. El proceso puede ser seguido en línea por los participantes. Además, se habilitó un correo electrónico para consultas. La primera carpeta técnica es evaluada por SUBTEL y una vez conforme este aspecto recién pasan a ser conocidas para la revisión del CNTV las carpetas de los ámbitos jurídico, financiero y de contenidos. Si bien SUBTEL emite un informe con puntuación respecto de los aspectos técnicos, CNTV puede escoger los proyectos según su mérito en las otras áreas. En un primer momento las concesiones son adjudicadas y si no existen objeciones de terceros, luego de un plazo son otorgadas en forma definitiva. En caso de reclamo se resuelve según corresponde y pasado el plazo se decide la adjudicación o no de la señal.

A continuación, se describe la metodología de análisis que permite la descripción de esos procesos y su vinculación con otras políticas.

3. Metodología

Con el objetivo de describir el estado de la televisión comunitaria en este proceso de instalación de la televisión digital en el país se analizaron fuentes de información pública, disponibles en distintas webs del Estado. Se trata de un proceso en curso que se encuentra en una fase inicial de desarrollo, por lo que se vincularon los objetivos de análisis con aquellos instrumentos que permitieran describir la situación y determinar quiénes son los actores de la televisión comunitaria con espacio en la televisión digital, a qué fondos públicos están postulando y con qué otros mecanismos de subsidio cuentan.

Para dar cuenta del proceso de entrega de concesiones del espectro digital para televisión comunitaria, se revisaron 58 actas de las sesiones del CNTV publicadas entre el 13 de noviembre de 2017 y el 28 de enero de 2019, las que están disponibles en la web del Consejo (<https://www.cntv.cl/cntv/site/edic/base/port/actas.html>)

Respecto del financiamiento de proyectos vinculados con la televisión digital, se analizaron dos fondos específicamente diseñados. El primero, vinculado a los contenidos, es Fondo de Fomento a la Calidad de Programas de Carácter Comunitario del CNTV, surgido en 2015. Se analizaron las Bases del Concurso (de los años 2015 a 2019), las Fichas de Programas Fondo CNTV (disponibles en la web <https://www.cntv.cl/fichas-programas-fondo-cntv/>)

cntv/2018-07-04/120444.html) y otros datos de la página del Consejo respecto del Fondo CNTV general.

El segundo fondo específico es el Fondo de las Telecomunicaciones del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones que data de 1994, pero desde 2018 cuenta con un ítem destinado a “subsidiar las inversiones en sistemas de transmisión e infraestructura para promover el aumento de cobertura de radiodifusión televisiva digital de libre recepción” (SUBTEL, 2018, p. 1). Está destinado a quienes cumplan con los requisitos de ser concesionarios de servicios de televisión digital. En la web del Ministerio se encuentra disponible el informe de resultado del proceso de evaluación del concurso público.

Una vez procesados los datos se analizaron en función de los postulantes (canales comunitarios, locales, regionales), zonas del país y montos adjudicados.

4. Resultados

4.1 Primeras concesiones de tipo comunitario en la TV digital

En 2017 se abrieron los primeros concursos para optar a las 116 frecuencias de televisión digital disponibles a lo largo del territorio nacional. Al analizar las actas del CNTV es posible visualizar que detrás de la entrega de frecuencias hay un proceso serio, largo y lento. La página señala que, de los 10 concursos abiertos, sólo dos se encuentran finalizados: el concurso #1 de frecuencias de Valparaíso que ya fue adjudicado, y el concurso #5 Local Comunitario, que también se encuentra otorgado. Otros 7 concursos se encuentran en proceso de adjudicación y el Concurso #10 de la ciudad de Osorno está en proceso de revisión de carpetas.

Al sistematizar la información contenida en las actas, fue posible determinar que: de las 37 frecuencias adjudicadas para televisión nacional, regional, local y comunitaria, sólo 22 ya han sido otorgadas en forma definitiva. Según se señala en la Tabla 1, cinco de ellas corresponden a señales de tipo comunitario, seis a frecuencias locales, 9 regionales y dos de alcance nacional, según se puede apreciar en la Tabla 2.

Tabla 2. Concesiones otorgadas según tipo, por región, en número.

Tipo Concesión	Arica y Parinacota	Tarapacá	Atacama	La Serena y Coquimbo	Valparaíso	O'Higgins	Maule	Bío Bío	RM	Total
Comunitaria	1					1		1	2	5
Local	1		1		3	1				6
Nacional		1			1					2
Regional	1			1	4		3			9
Total	3	1	1	1	8	2	3	1	2	22

Fuente: Elaboración propia con datos Actas CNTV (www.cntv.cl)

En enero de 2018 se adjudicaron las primeras frecuencias de televisión digital a canales comunitarios. En el mes de marzo se otorgaron cuatro de ellas definitivamente. La primera concesión se entregó a la Agrupación de Audiovisualistas de la Señal 3 de La Victoria de la región Metropolitana, colectivo pionero en el ejercicio de la televisión comunitaria en el país. La segunda concesión fue entregada al Centro para el Desarrollo Comunal de Peñaflor, Talagante e Isla de Maipo, pertenecientes a localidades rurales de la Región Metropolitana. La tercera fue concesionada a la Red de Trabajadores/as Audiovisualistas Comunitarios de la ciudad nortina de Arica. La cuarta frecuencia fue asignada al Centro para el Desarrollo Comunal de Pichilemu de la región de O'Higgins, cuyo proyecto de televisión comunitaria data de 2007. En el mes de agosto se otorgó definitivamente la licencia a la quinta frecuencia de televisión comunitaria al Centro Cultural y de Comunicaciones Radiofónicas Lorenzo Arenas de la región del Bío Bío.

Cabe considerar que las concesiones otorgadas establecen un plazo de puesta al aire y que al menos a tres concesionarios comunitarios (de las localidades de Arica, Talagante y La Victoria) se les ha debido autorizar una modificación de hasta 180 días para el inicio de las emisiones, por no contar con los medios técnicos para transmitir.

Respecto de las concesiones otorgadas en el ámbito local, algunas han sido entregadas a canales que ya cuentan con concesiones analógicas (como Girovisual en la localidad de El Quisco en la región de Valparaíso, a Litoral de los Poetas en Casablanca, en la misma región) y que mediante estas nuevas licencias podrán aumentar su cobertura a más territorios de la región. Otros concesionarios como Multimedios Jensen de Villa Alemana, comuna de la región de Valparaíso corresponden a nuevos actores, que incursionan por primera vez en la realización de televisión.

El ejercicio de entrega de concesiones para operar la televisión digital, lejos de estar resuelto, se encuentra en una fase inicial y con mucho retraso si se considera que la fecha propuesta para el encendido digital es abril de 2019.

4.2 Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones

La falta de recursos económicos para la implementación tecnológica de las señales digitales es una de las barreras de acceso para que organizaciones sociales y comunitarias puedan pensar en optar a licencias. Como una de las principales preocupaciones lo planteó la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital, según lo registra Sáez (2014).

Frente a esta inquietud, la Subsecretaría de Telecomunicaciones, según señala el Artículo 28 D de la Ley General de Telecomunicaciones 18.168 podrá subsidiar infraestructura “para promover el aumento de cobertura de radiodifusión televisiva digital de libre recepción”. Las bases especifican en qué tipo de tecnología es posible financiar:

Los Sistemas de Transmisión que se pretende subsidiar corresponden al conjunto de equipos que permiten el procesamiento y transmisión del servicio de radiodifusión televisiva digital de libre recepción, que permiten soportar la transmisión de señales digitales a los receptores de los usuarios, lo cual debe hacerse al amparo de la respectiva concesión de radiodifusión televisiva digital de libre recepción que deba otorgar el CNTV (SUBTEL 2017: 2).

Los destinatarios de este concurso del FDT son las “personas jurídicas que cumplan con los requisitos legales y reglamentarios para ser concesionarias del servicio de radiodifusión televisiva digital de libre recepción” (SUBTEL, 2017, p.5). Obtener el fondo no significa contar con la concesión, que otorga el CNTV.

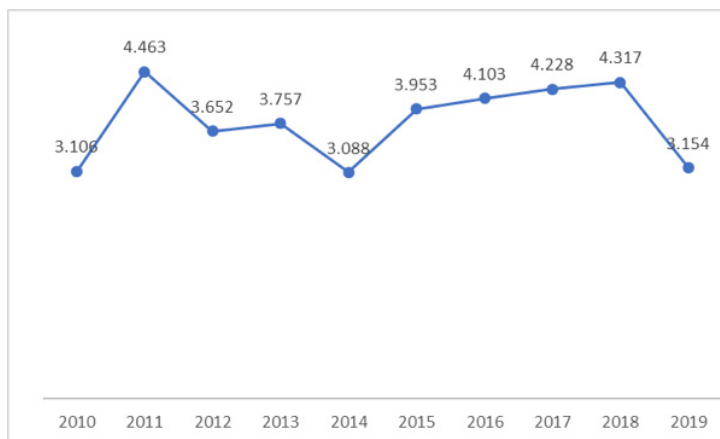
Según detalla el documento de informe de resultados de la evaluación del concurso de SUBTEL (2018, p.2) en 2018 fueron entregados 1.355.900.000 pesos para 23 zonas. Entre los proponentes adjudicados estuvieron licenciatarios con concesiones de TV digital otorgadas, tres de ellos de canales comunitarios: la Red de Trabajadores Audiovisualistas comunitarios de Arica, la Agrupación de Audiovisualistas de La Señal 3 de La Victoria y el Centro para el Desarrollo comunal de Peñaflor, que obtuvieron algo más de 34 millones de pesos cada uno.

Otros concesionarios de señales digitales locales y regionales de Valparaíso también fueron beneficiados por el FDT: Girovisual (con dos proyectos en las localidades de Casablanca y El Tabo) obtuvo un total de 81 millones y Comunicaciones Salto del Soldado de San Felipe- Los Andes se adjudicó 50 millones (SUBTEL, 2018, p.2).

4.3 Fondo para contenidos de interés comunitario

El Consejo Nacional de Televisión cuenta con una larga tradición en el fomento a la generación de contenidos de calidad, desde el primer concurso del Fondo de Fomento CNTV en 1993. Los contenidos financiados son bien valorados por la ciudadanía. Programas como *Con que sueñas*, *Sueños Latinoamericanos* y *Puerto Papel* han recibido nominaciones y premios en festivales tan destacados como los *EMMY*, *Japan Prize* o *Prix Jeunesse* (CNTV, 2018).

En la Figura 1 se detallan los montos otorgados desde el año 2010 cercanos a los 3100 millones de pesos chilenos. El monto asignado a subsidiar la televisión alcanzó su punto más alto en 2011 alcanzando los 4.463 millones de pesos. Entre los años 2016 y 2018 los montos superaron nuevamente los 4.000 millones de pesos. El año 2019 coincidiendo con el cambio de gobierno, el monto cae a niveles similares al año 2010, lo que significará un importante retroceso para la industria televisiva en general.

Figura 1 Montos Fondo CNTV 2010-2019, en millones de pesos chilenos

Fuente: Elaboración propia con datos Fondo CNTV (www.entv.cl)

Históricamente el Fondo CNTV cuenta con una línea concursable para proyectos de carácter local y regional, que se asimilaron como líneas del mismo concurso, abiertas a todo tipo de formatos y promoviendo la competencia entre productoras que operan fuera de la capital. Respecto de los fondos para contenidos comunitarios, en 2015 y en el contexto de la promulgación de la Ley 20.750, el CNTV organizó un fondo concursable llamado Fondo de Producción Comunitaria, que a lo largo de los años ha modificado sus bases para adaptarse a las posibilidades de postulación a fondos públicos, tanto por la falta de personal, como su precariedad institucional.

Según las bases de 2015, el Fondo estaba destinado a las productoras comunitarias entendiendo que son aquellas las “localizadas dentro del territorio de una organización y que tienen por objeto representar y promover audiovisualmente los valores e intereses específicos de su comunidad” (CNTV 2015, p. 2). Se estipulaba que el monto asignado sería de 264 millones de pesos, con un tope de 30 millones por proyecto. Se adjudicaron 17 proyectos de 7 regiones del país, tal como se puede ver en las Tablas 3 y 4.

En 2016, el concurso se incorpora como una línea más del Fondo de Fomento a la Calidad del CNTV, con un ligero ajuste en las bases concursables y con el apelativo de Fondo para Programas de Carácter Comunitario. Se financiaron 7 proyectos por 152 millones de pesos, de 6 regiones del país. En 2017 el concurso se incorpora a las mismas bases y en la misma fecha que el concurso general. Dicho instrumento modificó en el concepto de productores o realizadores de televisión comunitaria, definiéndolos como “aquellos que mostrando las problemáticas sociales y reafirmando la identidad de sus comunidades, dan cabida a los grupos sociales y personas que residan en su comunidad” (CNTV

2016a, p. 3). Esta definición incluye a las organizaciones que caben dentro de la Ley 19.148 y excluye a las organizaciones políticas. En 2017 se adjudicaron 11 proyectos de 5 regiones, repartiendo un monto de 283 millones.

Tabla 3, Montos asignados Fondo CNTV Programas interés comunitario 2015-2018

Año	Proyectos	Monto
2015	17	264.000.002
2016	7	152.367.836
2017	11	283.141.264
2018	10	283.365.543
Total	45	982.874.645

Fuente: Elaboración propia con datos Fichas Programas CNTV (www.cntv.cl)

Tabla 4, Programas financiados Fondo CNTV Comunitario por año y región

	2015	2016	2017	2018	Total
II	1	1	1		3
IV		1		1	2
IX	1	2	2	1	6
RM	8	1	1	2	12
V			2	1	3
VI	3				3
VII		1	2		3
X	2	1	3	3	9
XII				2	2
XIV	1				1
XV	1				1
Total	17	7	11	10	45

Fuente: Elaboración propia con datos Fondo CNTV (www.cntv.cl).

En 2018 nuevamente se hicieron bases separadas para el Fondo CNTV y para los programas comunitarios. En este documento se considera por primera vez como postulantes de esta línea a los canales de cobertura local de carácter comunitario. Se financiaron 10 proyectos por un monto de 283 millones. Entre las características de los proyectos a financiar las bases destacan que ellos deben incluir al menos a dos de las siguientes características: que represente y promueva los valores e intereses de la comunidad, que incluya la participación de estas, que reafirme la identidad de las comunidades, que rescate su patrimonio, que fomente la tolerancia, la diversidad, el respeto, que contribuya a la información y formación, que facilite las relaciones en la comunidad y

entre las comunidades, que ofrezca un servicio y/o promueva la educación y el emprendimiento (CNTV, 2018a).

Ese mismo año CNTV lanzó Plataforma Audiovisual, un sitio para ver en línea los programas ganadores del Fondo. La página incluye contenidos históricos, series, programas infantiles, pero a la fecha no están disponibles los programas comunitarios financiados.

Las bases del concurso 2019, publicadas el 5 de febrero de ese año, señalan que el monto disponible para el Fondo general apenas supera los 3100 millones de pesos (equivalentes a poco más de 4 millones 700 mil dólares) y es similar al monto del año 2010. Las bases del concurso 2019 incluyen a los programas de carácter comunitario como la línea 5 a la que están llamados a participar los canales locales, los canales locales comunitarios y las productoras independientes (CNTV, 2019). No se define un monto mínimo a adjudicar para esta línea, ni se ha abierto todavía una plataforma especial para la postulación, lo que sin duda es un motivo de preocupación.

5. Falta de articulación de políticas destinadas a la TV comunitaria en el escenario digital

En distintas instancias gubernamentales existen una serie de subsidios para la generación de contenidos que están destinados a un grupo más grande de medios, pero que también sirven de apoyo para la televisión comunitaria, a falta de medidas específicas que beneficien a todo el tercer sector.

En Fondo de Medios de la Secretaría General de Gobierno data de 2001 y según la web (<http://fondodemedios.gob.cl/historia-del-fondo>) ha entregado más de 11 mil millones a más de 5.500 proyectos. Al revisar las actas de adjudicación regionales, según tipo de institución solicitante y tipo de medio de comunicación. En 2018 el fondo contó con 1.666.639.800 pesos.

Al analizar los documentos públicos disponibles respecto de los fondos adjudicados, es posible ver que la Red de Trabajadores Audiovisualistas Comunitarios de Arica es uno de los postulantes, con dos proyectos adjudicados. En la Región Metropolitana el Centro para el Desarrollo comunal de Talagante también se adjudicó el Fondo de medios. Asimismo, el concesionario de frecuencia local Sociedad Peña Chica de la misma región se adjudicó dos fondos de medios, uno para un 'proyecto radial y otro televisivo. La Sociedad de comunicaciones Salto del Soldado, concesionario de la categoría de TV digital regional de la localidad de San Felipe Los Andes también se adjudicó dos proyectos, uno radial y otro televisivo (SEGEOB, 2018).

¿Es factible para un canal comunitario postular a tres fondos concursables cada año para garantizar su sustentabilidad financiera? Cabe considerar que existen además otras políticas como los fondos del Concurso de Fomento Audiovisual del actual Ministerio de las Culturas y de las Artes, o el Fondo otorgado por la Corporación de Fomento, CORFO, si bien no pueden analizarse

específicamente en apoyo a la comunicación comunitaria, dado que es muy difícil distinguir los proyectos que están destinados a televisión de los dirigidos a otras plataformas.

6. Conclusiones

La Relatoría especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos ha manifestado su interés respecto del proceso de implementación de la televisión digital en nuestro país. Se han valorado medidas específicas como el reconocimiento y el resguardo del espectro para frecuencias locales, regionales y comunitarias. Sin embargo, existe cierta preocupación en que el proceso garantice los derechos comunicacionales de la ciudadanía (Lanza, 2014 y 2017).

Las dificultades de acceso a las concesiones de televisión digital ya fueron advertidas por la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital que sugería, entre otras medidas, abordar el fenómeno desde una perspectiva más integral, generando fondos que promuevan el acceso universal (de comunidades, personas con diferentes discapacidades, pueblos originarios, Etc). Asimismo, se propone la generación de una suerte de “incubadoras de televisión” e instaurar el monitoreo de la sustentabilidad financiera e institucional de los proyectos (Sáez Baeza, 2014, p. 133).

El otorgamiento de concesiones es un proceso inédito y valorable, si bien su impacto se podrá ver cuando los canales efectivamente estén en condiciones de emitir. Los mecanismos de fomento específicos (FDT y Fondo CNTV para contenidos comunitarios) analizados resultan insuficientes para permitir la subsistencia de los recientemente concesionados canales de televisión. Cabe considerar que no se trata de financiamientos garantizados, que los montos varían año a año y que en algunos casos – como el Fondo CNTV para 2019 – disminuyen en forma abrupta, por lo que sería deseable que se revisara la periodicidad y la gestión de estos en una secuencia que sea significativa para los postulantes.

Asimismo, otros mecanismos como el Fondo de Medios del Ministerio Secretaría General de Gobierno, el Fondo de Medios Audiovisuales del Ministerio de las Culturas y de las Artes y el Fondo de CORFO, no están diseñados para la capacidad real que tienen las organizaciones comunitarias para poder postular cada año, pero la televisión comunitaria podría eventualmente considerarse como una nueva pantalla de interés para ser potenciada.

Referencias bibliográficas

- Bucci, E., Chiaretti, M., & Fiorini, A.M. (2012). *Indicadores de calidad de las emisoras públicas- evaluación contemporánea*, Debates CL,10. Brasília UNESCO. Recuperado en <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002166/216616S.pdf>
- Buckley, S. (Edit.) (2011). *Community Media: A good practice handbook*. UNESCO. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000215097>
- Consejo Nacional de Televisión (2015). Bases Concurso Fondo Comunitario 2015. Recuperado de https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20150527/asocfile/20150527175822/bases_concurso_publico_asignacion_fondos_para_produccion_programas_de_tv_comunitaria_ok.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2016). Televisión comunitaria: Legislación internacional. Recuperado de <https://www.cntv.cl/television-comunitaria-legislacion-internacional/cntv/2016-07-11/095911.html>
- Consejo Nacional de Televisión. (2016a). Bases concurso público para asignación del Fondo de apoyo a programas culturales. Recuperado de https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20160212/asocfile/20160212111735/62_ordena_publicar_bases_llamado_concurso_publico_asignacion_fondo_apoyo_programas_culturales_2016.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2017). Bases Concurso Proyectos de Interés comunitario 2017 Recuperado de https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20170130/asocfile/20170130160511/52_ordena_publicar_bases_y_llamado_a_concurso_proyectos_audiovisuales_interes_comunitario_2017.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2018). Fondo CNTV 2017. Oferta, consumo y evaluaciones. Recuperado de: https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180313/asocfile/20180313115402/fondo_cntv_oferta_consumo_evaluaciones_2017.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2018a). Bases proyectos audiovisuales de interés comunitario. Recuperado de https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20160212/asocfile/20160212111735/62_ordena_publicar_bases_llamado_concurso_publico_asignacion_fondo_apoyo_programas_culturales_2016.pdf
- Consejo Nacional de Televisión & Gómez, G. (2018). *Transición a la Tv digital y diversidad en Latinoamérica*. Recuperado de <https://www.cntv.cl/transicion-a-la-tv-digital-y-diversidad-en-latinoamerica/cntv/2018-07-03/093450.html>
- Consejo Nacional de Televisión. (2019). *Bases llamado a Concurso Público para asignación del Fondo de Fomento del Consejo Nacional de Televisión*. Recuperado de <https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20190205/asocfile/20190205151015/bases.pdf>
- Francés, M. (2014). La producción audiovisual española ante las incertidumbres del modelo mediático. En M. Francés, J. Gavalda, G. Llorca, & A. Peris (Coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital* (pp. 121-159). Barcelona, España: Gedisa.
- Gumucio Dagrón, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo Y Pensamiento*, 30(58), 26-39. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2454>
- Lanza, E. (2017). *Informe especial sobre la libertad de expresión en Chile*. Informe especial de país 2016. Recuperado de http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/publicaciones/INFORME_PAIS_Chile.pdf
- Lanza, E. (2014). “Estándares de Libertad de Expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva”. Informe temático contenido en E. Lanza *Informe Anual 2014 de la Relatoría especial para la Libertad de Expresión de la Comisión*

- Interamericana de Derechos Humanos*. Recuperado en <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/Informe%20Tem%C3%A1tico%20TV%20Digital.pdf>
- Ley N° 20.750. Diario Oficial de la República de Chile. Santiago. Chile, 29 de mayo 2014. Recuperado en <http://www.leychile.cl/navegar?idnorma=1060307>
- Ley N° 20.433. Diario Oficial de la República de Chile. Santiago de Chile, 04 de mayo de 2010.
- Márquez, L. (2013). Una TV verdaderamente comunitaria. *Razón y palabra*, 18(82). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199525737018>
- Medina, M., y Ojer, T. (2011). La transformación de las televisiones públicas en servicios digitales en la BBC y RTVE. *Comunicar*, 36, 87-94. doi: 10.3916/C36-2011-02-09
- Noboa, M.L., Loor, M.G., Del Pozo, V. H. (2018). Televisión comunitaria: Factores de éxito para el crecimiento en Ecuador. *Revista Killkana Sociales*, 2 (1). doi:10.26871/killkana_social.v2i1.181
- Ramírez, J.D. (2004). Creación, desarrollo y proyecciones de la Radio Comunitaria en el sur de Chile. *Revista Austral de ciencias sociales*. 8, 109-113.
- Sáez Baeza, C. (2013). Políticas públicas de comunicación y participación ciudadana: el caso de la televisión digital en Chile. *Signo y Pensamiento* 32 (63), 34 - 51. ISSN 2027-2731. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/6941>
- Sáez Baeza, C. (2014). *TV Digital en Chile. Políticas Públicas y Democracia*. Santiago, Chile: Editorial Universitaria.
- Sáez Baeza, C., Espinoza, C. & CNTV (2012). *Televisiones comunitarias chilenas ante el desafío de la TV Digital*. Recuperado de <https://www.cntv.cl/televisiones-comunitarias-chilenas-ante-el-desafio-de-la-tv-digital-2012/cntv/2012-11-27/123144.html>
- SEGEFOB. (2018). Resultado de adjudicación Fondo de Medios 2018. Recuperado de <http://fondodemedios.gob.cl/estado-concurso/>
- SUBTEL, (2017). Bases Específicas. Sistemas de Transmisión para la implementación de la Televisión Digital Terrestre. Recuperado de <https://www.subtel.gob.cl/tvdst/>
- SUBTEL, (2018). *Informa resultado del proceso de evaluación SUBTEL y la decisión del Consejo de Desarrollo de las Telecomunicaciones del Concurso Público Sistemas de transmisión para la implementación de la televisión digital terrestre*. Recuperado de https://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2018/10/Informa_resultados_TVD_ST_1er_Periodo.pdf

Ciência em publicidades: uma análise das emissoras televisivas de maior audiência no Brasil

University radios in a convergence scenario: thoughts about the professional formation and the university role

Science in advertising: an analysis of the most watched television stations in Brazil

Vanessa Brasil DE CARVALHO

Universidade Federal do Rio de Janeiro / vanessabrasilcarvalho@gmail.com

Luisa MASSARANI

Instituto Nacional de Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia /
luisa.massarani5@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Ensayo, pp. 297-314)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 29-03-2018 / Aprobado: 16-07-2019

Resumo

Neste artigo, analisamos publicidades veiculadas pelas duas emissoras de TV aberta brasileira de maior audiência (TV Globo e TV Record) que apresentaram questões relacionadas à ciência em suas narrativas. As peças foram submetidas a um protocolo de análise de conteúdo e processadas pelo software de análise de modelos mistos, o QDAMiner. Nossos resultados mostram que TV Record transmitiu mais publicidades com abordagem científica que a TV Globo e houve ênfase em assuntos da saúde e de estética. A ciência foi utilizada como forma de legitimar os produtos e as marcas, de maneira a contribuir para o convencimento dos telespectadores.

Palavras-chave: Ciência na TV; TV brasileira; Publicidade; TV Globo; TV Record

Abstract

In this paper, we analysed advertisements broadcast by the two highest audience Brazilian TV channels (TV Globo and TV Record), which presented issues related to science in their narratives. The advertisements were analysed using a content analysis protocol and processed by mixed analysis QDAMiner software. Our results show that TV Record vehiculated more advertisements with scientific approach than TV Globo and health and aesthetic issues were the most frequent subjects. Science was used as a way to legitimize products and brands, in order to contribute to convincing viewers.

Keywords: Science on TV; Brazilian TV; Advertising; TV Globo; TV Record

Resumen

En este artículo, analizamos publicidades de las dos emisoras de televisión abierta brasileña de mayor audiencia (TV Globo y TV Record) que presentaron cuestiones relacionadas a la ciencia en sus narrativas. Las piezas fueron sometidas a un protocolo de análisis de contenido y procesadas por el software de análisis de modelos mixtos, el QDAMiner. Nuestros resultados muestran que TV Record transmitió más publicidad con enfoque científico que la TV Globo y hubo énfasis en asuntos de salud y de estética. La ciencia fue utilizada como forma de legitimar los productos y las marcas, de manera a contribuir al convencimiento de los telespectadores.

Palabras claves: Ciencia en la TV; TV brasileña; publicidad; TV Globo; TV Record

1 Introdução

De acordo com Cashmore (1998: 94), “a televisão é propaganda”. Para o autor, a propaganda tem um papel importante para construir e cultivar o mercado consumidor e, a partir da criação da televisão, na metade do século XX, esse papel vem se consolidando.

No Brasil, a TV caracterizou-se como um veículo publicitário desde os seus primeiros anos, seguindo o modelo comercial norte-americano e transformando-se no meio preferido das agências de publicidade em razão do seu grande potencial de audiência. Dessa forma, o desenvolvimento da televisão no país está diretamente relacionado aos investimentos publicitários, que são sua maior fonte de receita até os dias de hoje (Mattos, 2010).

Em 2016, tais investimentos somaram quase R\$ 72 milhões para a TV aberta – o que representa 55,1% do total de investimentos em todas as mídias no país (Kantar Ibope Mídia, 2016). Desde 2010, o percentual de investimentos na TV aberta varia de 53% a 56% (Mídia Dados Brasil, 2017), o que mostra um cenário estável.

Esses dados mostram a estreita relação entre publicidade e televisão no Brasil, país no qual a TV possui uma importância social e cultural de extrema relevância (Reimão, 2000; Wolton, 2006), estando presente em 97,1% dos domicílios brasileiros (IBGE, 2016).

Apesar disso, os estudos sobre publicidade e televisão ainda são pouco frequentes na área de comunicação (Jacks & Piedras, 2006; Jacks; Menezes & Piedras, 2008; Piedras, 2014). Alguns dos estudos existentes ou são de outras áreas do conhecimento ou se voltam para tipos específicos de publicidades como, por exemplo, sobre medicamentos (Azevedo & Pereira, 2010; Wzorek, 2005), alimentos (Almeida, Nascimento & Quaioti, 2002; Fialho & Almeida, 2008) e produtos cosméticos (Haberkamp, 2013; Lucas & Hoff, 2007; MELO *et al.*, 2005).

Lucas & Hoff (2006, 2007) destacam que a publicidade brasileira referente a medicamentos e cosméticos se caracteriza por uma abordagem de conteúdos de ciência e tecnologia. Os autores observam uma progressiva “cientificização do discurso publicitário”, de maneira que palavras do cotidiano passam a ser atreladas a termos científicos com maior regularidade.

Para Ferreira (2009), a presença da ciência em publicidades veicula um discurso de incontestabilidade. Para o autor, citar o nome do composto químico de um produto daria mais credibilidade à informação, uma vez que esta seria sustentada por um “prova científica”. Isso também foi observado em outros estudos, como os de Rosa (2005), Torres (2012) e Carmo (2014).

Nesse estudo, nosso objetivo é analisar as publicidades televisivas veiculadas no Brasil que apresentam conteúdos científicos em suas narrativas, sem delimitar a análise a um determinado tipo de produto, como as pesquisas citadas acima.

Este artigo apresenta desdobramentos dos resultados de um projeto mais amplo sobre a cobertura da ciência na TV brasileira.¹ Nossos resultados iniciais mostraram que as publicidades foram a categoria televisiva – utilizando a nomenclatura de Aronchi (2004) – que fez uso de conteúdos científicos com maior frequência, se comparada com as programações de entretenimento, informação e educação. Neste trabalho, nossa intenção é analisar essas peças publicitárias,² identificando suas principais características e refletir sobre a ciência presente nessas peças.

2. Metodologia

Considerando que o foco de nosso estudo é a TV aberta brasileira, selecionamos para análise as duas emissoras de maior audiência no Brasil: TV Globo e TV Record (Mídia Dados Brasil, 2017). A TV Globo foi criada em 1965, na cidade do Rio de Janeiro, pelo jornalista Roberto Marinho, dono do jornal impresso *O Globo*. É líder de audiência da TV aberta brasileira desde a década de 1970 (Bolaño, 2004; Mattos, 2010), sendo a maior rede de televisão do Brasil, e seu sinal chega a 5.476 municípios, representando 98,3% da população do país (Mídia Dados Brasil, 2017). O Grupo Globo, proprietário da emissora e pertencente à família do seu fundador, atua ainda em outros ramos da comunicação, como jornais, revistas, emissoras de rádio, TV por assinatura, empresas de distribuição de conteúdo e informação (Grupo Globo, 2017; Mattos, 2010).

A TV Record foi criada em 1953 pelo empresário Paulo Machado de Carvalho, na cidade de São Paulo. Foi a segunda emissora a entrar no ar no Brasil, após a pioneira TV Tupi, de Assis Chateaubriand, e é a mais antiga ainda em atividade (Bolaño, 2004; Mattos, 2010; Rede Record, 1998). Foi vice-líder da audiência entre os anos de 2007 a 2013, mantendo-se, atualmente, entre as três maiores redes nacionais de televisão. Seu sinal está disponível para 78,1% da população brasileira em todos os estados, chegando a 4.351 municípios (Mídia Dados Brasil, 2017).

Para selecionar as peças publicitárias analisadas, escolhemos uma amostra de duas semanas construídas, em um total de 14 dias, representativos de um período de seis meses de 2013 (junho a novembro). Para compor as semanas construídas, sorteamos aleatoriamente, no período considerado, duas segundas-feiras, duas terças-feiras, duas quartas-feiras, e assim sucessivamente, até termos duas vezes cada dia da semana.

1 Este estudo integra um projeto mais amplo, apoiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (Faperj). Foi desenvolvido por meio da colaboração de quatro instituições brasileiras (Fundação Oswaldo Cruz, Universidade de São Paulo e Universidades Federais do Pará e de Minas Gerais), do qual apresentamos um recorte referente aos dados coletados no Rio de Janeiro pela Fundação Oswaldo Cruz.

2 Neste artigo, adotamos a nomenclatura de “publicidades” ou “peças publicitárias” para identificar todos os itens da categoria televisiva “publicidade”, classificados por Aronchi (2004), registrados na programação diária das duas emissoras analisadas.

Durante esses dias, gravamos e assistimos na íntegra toda a programação veiculada pelas duas emissoras, totalizando 672 horas. Os dias sorteados foram: domingo (22 e 29 de setembro), segunda-feira (19 de agosto e 16 de setembro (segunda-feira), terça-feira (18 de junho e 29 de outubro), quarta-feira (18 de setembro e 13 de novembro), quinta-feira (12 de setembro e 24 de outubro), sexta-feira (4 de outubro e 29 de novembro) e sábado (31 de agosto e 14 de setembro).

Para selecionar as peças que seriam analisadas desenvolvemos quatro critérios, tendo como base o protocolo da Rede Ibero-americana de Monitoramento e Capacitação em Jornalismo Científico (Autor & Ramalho), associado a Rondelli (2004) e Trench (2003). Para que a programação fosse incluída em nosso *corpus*, esta deveria apresentar pelo menos um desses critérios – mas também poderia apresentar mais de um ou todos.

A menção direta à ciência e/ou à tecnologia é o primeiro critério, que engloba peças nas quais são citadas as palavras ciência, tecnologia, cientista(s), pesquisa(s), pesquisador(es), instituições de pesquisa e universidades – desde que relacionadas à produção científica. Também consideramos a menção a métodos ou processos científicos, apresentação de resultados de pesquisas ou produtos desenvolvidos cientificamente, assuntos relacionados à política de C&T e peças que apresentavam um cientista/pesquisador, desde que identificado dessa maneira.

O segundo critério compreende a menção a dados ou termos científicos, que seriam aquelas informações atribuídas à comunidade científica ou a um determinado ramo do conhecimento, mesmo que não sejam proferidos por cientistas. Ou seja, são dados ou reflexões que não se encaixam no vocabulário do cotidiano, no senso comum, sendo, portanto, atribuídos à pesquisa científica.

As programações que apresentassem algum tipo de ilustração e/ou animação contendo informações científicas ou baseadas nelas foram incluídas no *corpus*, de acordo com o terceiro critério. Essas imagens poderiam representar a explicação de um fato, um procedimento científico ou um exemplo da realidade. Por fim, o quarto critério incluiu peças de divulgação científica: àquelas voltadas para o público amplo e/ou leigo com temáticas científicas e/ou voltadas para a popularização da ciência.

Após essa seleção, a programação foi analisada a partir de um protocolo de análise de conteúdo, também construído com base na ferramenta desenvolvida pela Rede Ibero-americana de Monitoramento e Capacitação em Jornalismo Científico.

Os critérios e o protocolo foram desenvolvidos visando analisar programações das diferentes categorias televisivas, ou seja, peças encontradas em filmes, desenhos animados, séries, telenovelas, programas educativos, programas de variedades, telejornais e publicidades. Contudo, este artigo concentra-se na análise apenas da última categoria. Tomamos como base a categorização feita por Aronchi (2004) sobre os gêneros e categorias televisivas

brasileiras, que identificou cinco categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros.

Para o autor, a categoria de publicidade é representada por quatro gêneros: filme comercial, chamada de patrocínio ou *merchandising*, político, sorteio e telecompra. O gênero mais comum na televisão brasileira dessa categoria é o filme comercial. Este é o tradicional minifilme – de 30 segundos, normalmente – que é transmitido nos intervalos das programações da grade televisiva, repetidas vezes ao longo do dia.

A chamada de patrocínio ou *merchandising* é o momento publicitário inserido nos próprios programas da grade das emissoras – programas de variedades, principalmente – com ou sem a intervenção do apresentador. A propaganda política – no período eleitoral ou fora dele – representa o gênero política e os programas com sorteios – como os do Programa Silvio Santos – caracterizam o gênero sorteio. Já a telecompra é uma programação de venda de produtos pela TV. Além desses, incluímos o gênero “chamadas” para aquelas programações que anunciam outras programações – como, por exemplo, chamadas de telenovelas ou telejornais ao longo do dia, que oferecem informações antecipadas sobre a programação que será transmitida horas depois.

Neste estudo, todas as publicidades identificadas foram transcritas para operacionalizar uma análise mista – quantitativa e qualitativa – por meio da utilização do *software* QDA Miner, da *Provalis research*. Esse *software* possibilita tratar os dados via *Computer Aided Qualitative Data Analysis* (CAQDAS), de maneira a associar análise de conteúdo e análises lexicográficas disponibilizadas pelo programa (Lewis & Maas, 2007).

3. Resultados

3.1 Marcas, produtos e principais temas das publicidades relacionadas à ciência

Ao todo, identificamos nas 88 peças de publicidade que abordaram questões científicas, em um total de 843 inserções na programação analisada, sendo a categoria televisiva que veiculou com maior frequência tais temas. A TV Record foi a emissora que veiculou mais publicidades relacionadas a temáticas científicas, totalizando 76,2% das peças do nosso *corpus*. A TV Globo, por sua vez, registrou apenas 201 inserções de publicidades que abordaram assuntos da ciência, representando 23,8% do *corpus*.

A maioria das peças apresentou o critério de inclusão no *corpus* caracterizado como menção a dados e termos científicos (95,3% das publicidades). Ilustrações e/ou animações relacionadas à ciência foram o segundo critério de inclusão mais mencionado (70,1%) – sendo que uma mesma publicidade poderia estar

associada a vários critérios, por isso a soma é superior a 100%. A menção direta à ciência, contudo, foi menos frequente (21,2%).

A menção a dados ou termos científicos pode ser exemplificada pela publicidade do medicamento *Asepxia Gel 10%* que diz:

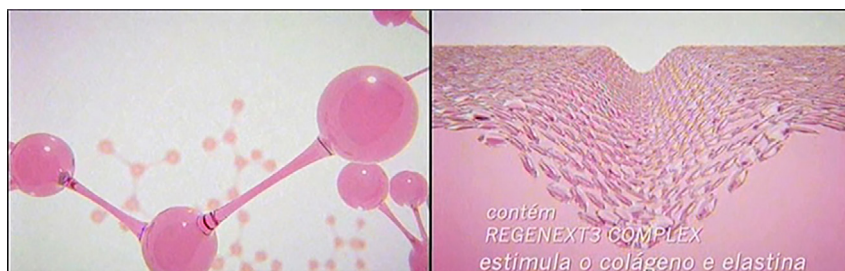
Asepxia desenvolveu um novo medicamento: Asepxia Gel 10%. O ativo de Asepxia Gel 10% elimina a bactéria P. acnes, que está entre os principais causadores da acne. Enquanto age, os grânulos antibacterianos de peróxido de benzoíla penetram profundamente na pele para combater e eliminar a acne. Resultados comprovados já no segundo dia de tratamento. Nada melhor que um medicamento. Asepxia Gel 10%. (Asepxia Gel, TV Record, 19 ago 2013)

Como podemos ver, esta publicidade faz uso de termos científicos – bactéria *P. acnes* e grânulos antibacterianos de *peróxido de benzoíla* – para explicar a ação do medicamento, incentivar e justificar a escolha por esse produto.

Dentro do critério de presença de ilustrações e/ou animações relacionadas à ciência, consideramos programações que mostraram recursos gráficos e efeitos visuais para representar um procedimento científico ou, no caso das publicidades mais especificamente, a ação do produto ofertado no organismo humano – como acontece na peça do produto *Cicatricure creme*, veiculado pela TV Record.

Veja algumas imagens da peça:

Figura 1 – Ilustrações da publicidade do produto *Cicatricure creme*



Fonte: TV Record, 19 ago 2013.

Já a menção direta à ciência pôde ser verificada pela citação de estudos científicos ou pela própria presença de um cientista. Como exemplo do primeiro caso, temos o comercial do produto *Advil* que afirma: “*Advil* age no foco das dores de cabeça, nas costas e musculares. Estudo clínico demonstrou que *Advil* é ainda mais rápido, agindo a partir de 10 minutos. Tudo isso com apenas uma cápsula” (*Advil*, TV Globo, 12 ser 2013).

O exemplo para o segundo caso é a presença de um “pesquisador R&D” (identificado dessa forma, grifo nosso) na publicidade sobre o hidratante da

marca *Goicoechea*, veiculada pela TV Record (Imagem 2, à esquerda), e de dois pesquisadores na propaganda sobre um automóvel da marca *Chevrolet*, veiculada pela TV Globo (Imagem 2, à esquerda).

Figura 2 – Cientistas em publicidades das marcas *Goicoechea* (à esquerda) e *Chevrolet* (à direita)



Fonte: TV Record, 13 nov 2013; TV Globo, 24 out 2013

Não observamos uma variação importante na presença de publicidades com conteúdos científicos ao longo do dia, apesar de notarmos um ligeiro aumento da quantidade delas durante a tarde (29,7%) e a noite (26,5%).³ Os domingos foram os dias nos quais foi veiculada a menor quantidade de peças publicitárias (10,2%), enquanto que as terças-feiras temos um aumento de transmissão (17,4%).

Veja no quadro 1, as marcas e os produtos mais frequentes em nosso material.

Quadro 1 – Marcas e produtos relacionados à ciência mais recorrentes no período analisado

Marcas/produtos	Frequência	Porcentagem
Asepxia	158	18,7%
Cicatricure	154	18,2%
Goicoechea	99	11,7%
Danone	58	6,9%
Colgate	53	6,2%
Pointts	43	5,1%
Tio Nacho	35	4,1%
L'Oréal Paris	21	2,5%
Canal Futura	20	2,4%

Em relação aos gêneros da categoria publicidade, encontramos peças representantes dos gêneros chamadas (1,1%), sorteio (2,7% do *corpus*), *merchandisings* (2,7%) e filmes comerciais (96,0%), como será mais detalhado a seguir.

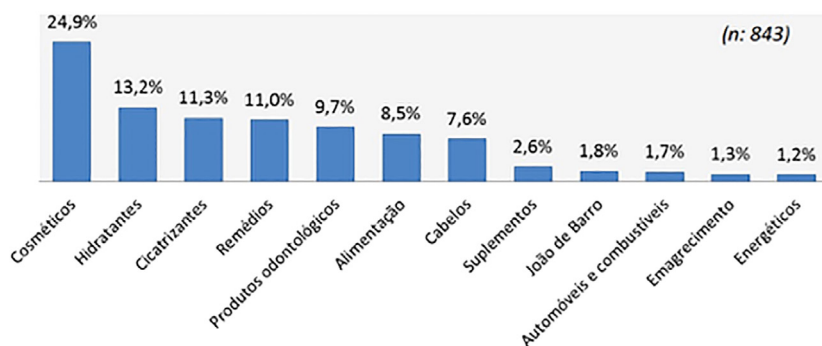
3 Durante a madrugada, registramos 19,1% das peças publicitárias e, pela manhã, 24,8%.

As chamadas estiveram presentes apenas na TV Globo e faziam referência a programações da própria emissora. Identificamos duas chamadas da telenovela *Amor à Vida*,⁴ que apresentava uma discussão sobre um resultado de DNA que traria a confirmação da maternidade de uma das personagens principais da telenovela; uma do telejornal *Bom dia Brasil*⁵ sobre uma pesquisa que revelou deficiência de vitamina D em crianças no Sul do país; seis do *Globo Repórter*,⁶ que veiculou chamadas diferenciadas – quatro sobre vida após a morte e duas sobre medicina oriental.

O gênero sorteio foi identificado na publicidade sobre um aplicativo de celular chamado “Sorte em Dobro”, que oferece informações “curiosas” àqueles que quiserem comprar o aplicativo. A peça apresenta uma narrativa no formato de “O que é? o que é?”, com alguns dados científicos e ainda imagens para ilustrar essas informações. Identificamos 23 peças do gênero *merchandising*, sendo que 22 delas foram veiculadas pela TV Record. As marcas e produtos que fizeram uso desse gênero foram: *Drena Corpus*, *Imecap hair*, *Lipomax*, *Pantene*, *Super Cálcio D*, *Varicell* e *Vital 500*. As demais peças publicitárias foram classificadas como filme comercial: 809 peças ou 96,0% do nosso *corpus*.

As áreas do conhecimento identificadas nas peças ficaram concentradas nas Ciências Biológicas (55,9%) e nas Ciências da Saúde (40,2%). As Engenharias e Tecnologias representaram 2,6% das publicidades identificadas e as demais áreas não ultrapassaram 2% do *corpus*, cada uma. As palavras chave conferidas a todas as peças nos mostram uma relação com as áreas do conhecimento: as mais frequentes possuem relação com as áreas de ciências biológicas e da saúde. Veja no gráfico 1 as palavras chave mais frequentes.

Figura 3 – Porcentagem da presença das palavras-chave mais frequentes no corpus



As publicidades sobre cosméticos, hidratantes e cicatrizantes foram as três mais recorrentes em todo o nosso material, sendo que as peças sobre cabelos

4 Telenovela veiculada na faixa das 21h, de segunda-feira ao sábado, entre maio de 2013 a janeiro de 2014

5 Veiculado de segunda à sexta-feira às 7h30.

6 Programa informativo semanal veiculado às sextas-feiras, às 22h.

também podem ser associadas às três primeiras por se enquadrarem no assunto de “estética”. Nesse grupo, algumas marcas que se destacaram são *Asepxia*, *Goicoechea*, *Cicatricure*, *Tio Nacho* e *L'Óreal Paris*.

Os remédios vêm logo em seguida, representando um grupo de publicidades importante, marcado pelos produtos *Pointts*, *Tylenol*, *Advil* e *Salompas*. Os produtos odontológicos também foram bastante frequentes, em especial àqueles das marcas *Colgate* e *Sensodyne*.

Os produtos relacionados à alimentação são, principalmente, das marcas *Danone* e *Yakult*. Já dentre os suplementos alimentares e energéticos, destacamos os produtos *Centrum* e *Targifor*. Também relacionado a esse grupo, podemos destacar as publicidades voltadas para produtos que ajudam a manter a dieta ou a emagrecer, a exemplo de do *Drena Corpus*, *Nutrilipo* e *Lipomax*.

O *Canal Futura* apresentou publicidades com conteúdos científicos ao divulgar o canal da Fundação Roberto Marinho; entre elas, a que descrevia a espécie de ave chamada comumente de João-de-Barro se destacou.

A área de Engenharias esteve representada por publicidades sobre automóveis (principalmente das marcas *Fiat*, *Ford* e *Chevrolet*), combustíveis (*Shell*) e tecnologias para pneus (*Dunlop*).

Observamos ainda uma ênfase aos aspectos positivos da ciência identificados nas categorias de análise sobre benefícios (94,7%) e promessas (95,0%). Um exemplo desses pontos positivos pode ser visto na publicidade do produto *Cetrum Select*, no qual um narrador que diz:

Anos atrás meu médico sugeriu que eu tomasse *Centrum Select* todos os dias. Ele é formulado para pessoas com mais de cinquenta anos, tem doses extras de antioxidantes e ajuda a manter a energia e a disposição. Aí eu li um estudo que comprovou: o uso contínuo de multivitamínicos traz sim benefícios a longo prazo para a minha saúde. E a marca utilizada no estudo foi *Centrum*, a mesma que eu tomo. (Centrum, TV Globo, 16 set 2013)

Essas características positivas só não estiveram presentes nas peças dos gêneros chamada e sorteio, em publicidades institucionais (*Canal Futura*, *Shell*, *Petrobrás*) e naquelas que organizaram sua narrativa por um viés mais cômico – a exemplo da publicidade do automóvel *Punto* da marca *Fiat*.⁷

Também foram frequentes recomendações (presentes em 96,2% das publicidades analisadas) e contextualização (81,9%), ambas presentes na publicidade do produto *Tio Nacho*, que segue:

1857. Dom Inácio Corcuera cria um xampu com a extraordinária capacidade de penetrar no folículo capilar: *Xampu Tio Nacho*. Esse fato se tornou um dos mais premiados do século XX. 2006. Estados Unidos descobrem a fórmula mais eficaz para retardar o envelhecimento capilar à base de geleia real. Agora, ambas

7 Essa publicidade continha uma sátira da primeira apresentação da luz elétrica ao público, quando Thomas Edison teria feito a experiência na frente de diversas pessoas.

tecnologias se juntam para criar um xampu extremamente efetivo, que atrasa o aparecimento de cabelos brancos e evita a queda por seus ingredientes naturais. Apresentamos no Brasil a reformulação do novo xampu anti-idade *Tio Nacho*. Detenha os cabelos brancos, detenha a queda. *Tio Nacho*, o rei da geleia real". (Tio Nacho, TV Record, 18 jun 2013)

Os esclarecimentos de dados ou termos científicos (68,4%) também foram recorrentes, ainda que em menor número. Esse resultado é importante uma vez que registramos que o critério de menção a dados e termos científicos estava em 95,3% das publicidades, ou seja, muitos termos foram citados, mas vários deles sem que fosse adicionada uma explicação.

Os cientistas estiveram presentes em apenas 28 peças, que somam 14 minutos. Eram 39 homens e 15 mulheres cientistas. Eles estavam mais presentes em peças da área de Engenharias (14 peças) e Ciências da Saúde (12 peças). As publicidades com esses personagens eram sobre tecnologias para automóveis (*Chevrolet*, *Fiat* e *Ford*), remédios para acne (*Asepxia*), hidratantes (*Goicoechea*) e sobre o *Prêmio Jovem Cientista*, do Governo Federal.

3.2. A narrativa das publicidades

Paralelamente à análise de conteúdo, desenvolvemos uma análise mista (qualitativa e quantitativa) das publicidades por meio da utilização do *software* QDA Miner, da Provalis Research. Para tanto, transcrevemos todas as peças publicitárias, totalizando 88 itens diferentes. Ou seja, essas 88 publicidades foram repetidas diversas vezes ao longo do período analisado e somam 843 peças – que foram descritas no tópico anterior.

Um dos resultados obtidos por meio desse *software* é visualização da frequência das palavras nas 88 peças identificadas, como podemos observar na imagem 3.

Figura 4 – Palavras mais frequentes nas publicidades analisadas relacionadas à presença em cada peça

NOVO PELE AGORA CABELO DOR CREME ESPINHA MUITO ELIMINAR CIÊNCIA PERNA
RÁPIDO AGIR MELHOR SABONETE VIDA DENTISTA VERRUGA AJUDA CRAVO GEL IDADE SAÚDE TECNOLOGIA
ÚNICO CÁLCIO MUDAR MAGNEM VITAMINA CASA FILHO RUGA SABER

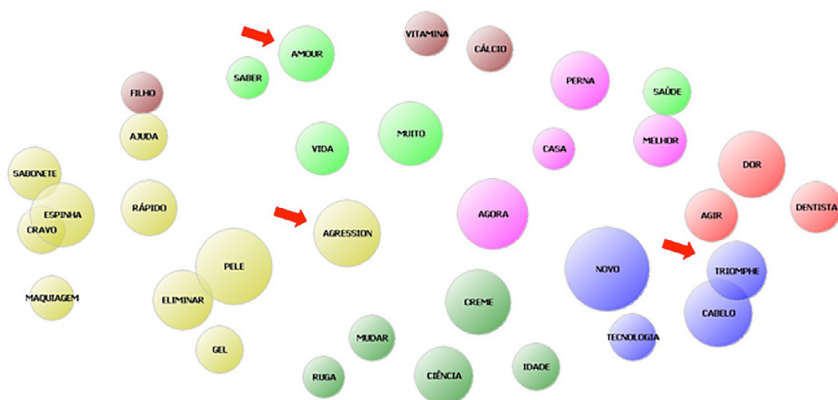
Fonte: Imagem gerada pelo *software* QDA Miner.

Na contagem de palavras de palavras que gerou a Imagem 3, foram excluídos pronomes, advérbios, artigos e palavras comuns da língua portuguesa, de maneira que estão visíveis apenas as palavras com significância para este estudo e que foram repetidas, pelo menos, 10 vezes.

Como resultado, na imagem 3, temos as palavras que foram mais frequentemente utilizadas nas publicidades em ordem decrescente, ou seja, as palavras “novo”, “pele”, “agora” e “cabelo” foram as mais repetidas – 40, 32, 28 e 26 vezes respectivamente. O tamanho e a cor em que estão apresentadas reflete a quantidade de peças nas quais estiveram presentes. Por exemplo, “novo” esteve em um maior número de peças publicitárias: 29 das 88 peças; “pele” em 20 peças; “muito” em 18; “agora” em 17; e “ciência”⁸ em 16.

Outra análise possível por meio do *software* QDAMiner é a visualização das palavras que foram utilizadas conjuntamente, criando um mapa conceitual como vemos na imagem 4.

Figura 5 – Mapa conceitual das palavras mais citadas nas publicidades analisadas e relacionadas a conotações emocionais



Fonte: Imagem gerada pelo *software* QDAMiner, apresentando nove clusters.

Nesse mapa, cada ponto representa uma palavra – novamente, foram consideradas apenas aquelas repetidas 10 vezes, no mínimo – e o tamanho de cada um está de acordo com a quantidade de vezes que cada palavra foi repetida, de maneira que “novo”, “pele”, “agora”, “cabelo”, “dor” e “creme” são os maiores pontos e os termos mais frequentes nas 88 peças de publicidades que compõem nosso *corpus*.

A proximidade entre os pontos reflete as vezes nas quais tais palavras foram utilizadas em uma mesma peça publicitária. As cores também contribuem para

8 Foi criado um grupo de palavras intitulado “ciência” com objetivo de contabilizar de forma conjunta as diferentes as palavras relativas ao tema. Dessa forma, tem-se por “ciência” as menções a: ciência, cientista(s), científico, cientificamente, pesquisa, pesquisador(a), pesquisadores, estudo clínico e clinicamente e/ou quimicamente comprovado.

a visualização do agrupamento de palavras que apareceram juntas. Dessa forma, podemos observar que os produtos para cabelos destacaram suas inovações e diferentes tecnologias utilizadas no seu desenvolvimento e que os produtos odontológicos, recomendados pelos dentistas, agiam para aliviar a dor.

Também foi possível relacionar as transcrições das publicidades com termos de conotação emocional disponibilizados pelo dicionário da língua portuguesa do *software* QDAMiner. Assim, as palavras mais frequentes nas peças – apresentadas na imagem acima – também foram categorizadas de acordo com sua semântica.

Optamos por levar em consideração apenas o grupo de “emoções” desse dicionário, que identifica tristeza, agressão, ansiedade, comportamento expressivo, amor, afeto e triunfo. Contudo, observamos que apenas as emoções agressão, amor e triunfo resultaram em uma presença representativa – e são os pontos que estão marcados com seta na imagem 4.

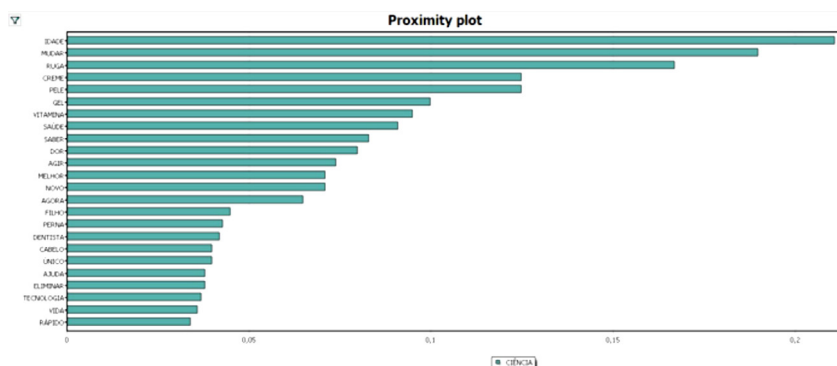
Podemos verificar, então, que os sentimentos de agressão estiveram presentes nas publicidades que se propuseram a “eliminar” cravos e espinhas de forma “rápida” ou ainda aquelas peças que abordaram tratamento de “pele”. Veja um exemplo abaixo:

Asepxia Ducha é um tratamento de uso diário que controla a oleosidade e desobstrui os poros. Deixe atuar por trinta segundos para obter a tripla ação do Antiacnil-3. Formulado para atacar cravos e espinhas nas costas, peito e ombro. *Asepxia* é rápido. (Asepxia, TV Record, 18 jun 2013)

O sentimento “amor” esteve presente nas peças que apresentaram uma narrativa marcada pela importância de relacionamentos entre família e amigos. Com esse perfil, as peças da marca *Danone* foram as mais recorrentes: a do iogurte *Activia*, que apresentava uma “Dica de amiga”, e a do *Danoninho*, que menciona seus ingredientes – como cálcio e vitaminas – e ainda apresentava uma narrativa focada na saúde dos filhos. Já a peça sobre o iogurte *Densia* – da mesma marca, mas voltado para o público mais adulto – ressaltava a contribuição do produto na assimilação do cálcio no organismo, fortalecendo as pernas e melhorando a qualidade de vida das pessoas da terceira idade que, após ingerir o alimento, poderiam aproveitar o tempo com os amigos.

O triunfo, por sua vez, estava associado às publicidades sobre produtos para cabelos e um exemplo representativo dessa relação é a peça publicitária do xampu *Tio Nacho*, apresentada anteriormente, que trazia uma narrativa triunfante e vitoriosa sobre o desenvolvimento do produto.

Por último, destacamos as palavras que foram relacionadas à ciência e que podemos observar no gráfico 2.

Figura 6 – Principais palavras relacionadas à ciência nas publicidades analisadas

Fonte: Gráfico gerado pelo *software* QDAMiner

Os dados do gráfico 2 corroboram as informações obtidas pela análise de conteúdo: os produtos para a pele – cremes e géis anti-idade, usualmente – estão entre aqueles que mais fizeram uso da ciência nas suas narrativas publicitárias.

A tecnologia também esteve aliada à ciência, assim como os adjetivos melhor, novo, único e rápido, mostrando a representação de uma ciência inovadora, produtiva e diferenciada. Além disso, ressaltamos a presença de alguns verbos recorrentes, como mudar, agir, eliminar e ajudar. Esses termos são verbos de movimento, representando ações transitórias, e, ao estarem associados a assuntos científicos, demonstram o caráter transformador da ciência das publicidades.

4. Discussão e considerações finais

Neste artigo, discorremos sobre o perfil das publicidades veiculadas pela TV aberta brasileira que apresentaram assuntos relacionados à ciência em suas narrativas. Primeiramente, destacamos a desigualdade encontrada entre as peças publicitárias veiculadas nas emissoras. A TV Record transmitiu cerca de três quartos do total de peças incluídas em nosso *corpus* e, a maior parte delas, não estava presente na programação da TV Globo. Além disso, a TV Record veiculou quase todos os *merchandisings* analisados, o que sugere um perfil diferenciado da emissora sobre esse gênero específico e também sobre categoria televisiva de publicidade como um todo – possivelmente devido ao público diferenciado das emissoras.

De uma forma geral, os assuntos científicos estiveram presentes em quase todos os gêneros de publicidades e foram trabalhados das mais diversas formas. Houve menção direta à “pesquisa científica”; houve presença de cientistas recomendando marcas e produtos (mesmo que tenham sido poucas vezes); houve menção a nomes científicos e a nomenclatura técnica das substâncias dos

produtos; e ainda houve animações que explicavam o funcionamento do corpo humano e a ação de remédios.

A ciência foi utilizada nas peças analisadas como um recurso publicitário para conferir legitimidade e confiança aos produtos ofertados. Assim como Rosa (2005) e Carmo (2014), consideramos que o discurso científico nas peças publicitárias gera um argumento com “efeito de verdade”, pois representa uma voz de autoridade. Também em consonância com Torres (2012), observamos que o discurso científico se adaptou ao perfil publicitário, afastando-o dos seus objetivos acadêmicos de produção do conhecimento em si e tornando-se um motivador de compra.

A maioria das peças enfatizou questões estéticas e a sua narrativa foi marcada pela agressividade, esta direcionada às rugas e acnes que deveriam ser “eliminadas” e “combatidas” rapidamente com auxílio da ciência. Por outro lado, a confiança nos resultados positivos dos produtos ofertados gerou um sentimento de triunfo, enquanto que o amor esteve relacionado à melhor qualidade de vida, aos momentos em família e entre amigos que poderiam estar ao alcance dos consumidores que, efetivamente, fizessem a compra.

Observamos uma representação positiva da ciência, com ênfase nos seus benefícios, observada nas narrativas sobre produtos que apresentam resultados rápidos e práticos no dia a dia das pessoas. Essa abordagem que destaca os benefícios da atividade científica já foi observada em análises sobre a cobertura jornalística de temas de ciência o (Amorim & Autor; Ramalho *et al.*), o que mostra uma semelhança – em certo grau – entre publicidades e jornalismo. Quando se fala de ciência, a principal informação a ser destacada, tanto no jornalismo como na publicidade, é a novidade e o benefício que a atividade científica traz para a população. A diferença é que, nas peças publicitárias, esse benefício é capitalizado.

Outro aspecto interessante do perfil da ciência nas publicidades analisadas foi a proximidade das questões científicas às palavras *agora* e *rápido*, assim como a associação às ideias de *mudança* e de *agir* sobre uma determinada situação – como aliviar a dor ou eliminar algo indesejado, por exemplo. Essas características dão subsídios para construir uma representação de ciência associada a uma *ação* mais *imediata* – portanto, uma ciência mais prática, operacionalizada, que atua diretamente nos e pelos produtos ofertados.

Assim, constatamos que a ciência está presente de diversas formas na programação televisiva brasileira, não só nos materiais informativos e de entretenimento (Ramalho *et al*; Rondelli, 2004), mas também nas publicidades. Considerando o importante papel da TV no país (Reimão, 2010; Wolton, 2006), a abordagem de assuntos científicos de maneira regular pode contribuir para que a população tenha acesso a esse tipo de informação e se aproxime da temática – mesmo que o objetivo dessas programações não seja o de fazer divulgação científica em si ou popularizar a ciência, como Torres (2012) já observou.

Por essa razão, consideramos importante ampliar os estudos na área de ciência e TV, incluindo estudos com publicidades, para termos mais informações sobre como as questões científicas estão presentes nesse meio de comunicação tão importante para os brasileiros e esperamos ter incentivado estudos posteriores que poderão agregar mais reflexões sobre a ciência na TV brasileira.

5. Referências

- Almeida, S.; Nascimento, P.; Quaioti, T. (2002). Quantidade e qualidade de produtos alimentícios anunciados na televisão brasileira. *Revista Saúde Pública*, São Paulo, 3 (36), 353-355.
- Amorim, L.; Autor. Jornalismo científico: um estudo de caso de três jornais brasileiros. *Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia*, Curitiba, 1(1), 73-84, jan/abr.
- Aronchi, J. (2004). *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Summus.
- Autor; Ramalho, M. *Monitoramento e capacitação em jornalismo científico: a experiência de uma rede ibero-americana*. Rio de Janeiro: Museu da Vida / Casa de Oswaldo Cruz / Fiocruz: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal).
- Azevedo, G.; Pereira, O. (2010). Análise da publicidade das propagandas de medicamentos veiculadas em emissoras de televisão. *Farmácia & Ciência*, 1(1), 3-15, ago./dez.
- Bolaño, C. (2004). *Mercado brasileiro de televisão*. 2a edição. São Cristóvão (SE): Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC.
- Carmo, A. (2014). A dimensão probatória do discurso publicitário. *Cambiassu: Estudos em Comunicação*, 19 (14), 4-18.
- Cashmore, E. (1998). *e a televisão se fez!* São Paulo: Summus.
- Ferreira, A. (2009). Leitura Discursiva em Publicidade e Propaganda: uma análise da função argumentativa do interdiscurso. *Ser*, 1(1), 56-66.
- Fialho, A.; Almeida, M. (2008). Publicidade a gêneros alimentícios no meio televisivo dirigida a crianças e adolescentes em Portugal. *Revista da SPCNA*, 14(2), 577-65.
- Grupo globo. (2017). *Grupo Globo*. Disponível em: <<http://grupoglobo.globo.com/index.php>>.
- Haberkamp, C. (2013). *Publicidade e consumo: a articulação entre recepção e consumo dos cosméticos anti-idade*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2016). *Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal: 2015*. Rio de Janeiro.
- Jacks, N.; Menezes, D.; Piedras, E. (2008). *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina.
- Jacks, N.; Piedras, E. (2006). Estudos de recepção da publicidade: explorando as pesquisas da década de 1990. *Comunicação, mídia e consumo*. 3 (7), 113-130.
- Kantar Ibope Mídia. (2016). *Investimento publicitário Meios de Comunicação – Janeiro a Dezembro 2016*. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/meios-de-comunicacao-janeiro-%do%bo-dezembro-2016/>>.
- Lewis, R.; Maas, S. (2007). QDA Miner 2.0: Mixed-model qualitative data analysis software. *Field methods*, 19(1), 87-108.
- Lucas, L.; Hoff, T. (2007). Da cronobiologia aos neurocosméticos: o advento do corpo-mídia no discurso publicitário da beleza. In: Encontro Anual da Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2006. Unesp-Bauru. *Anais...* Porto Alegre: Sulina, 93-112.

- _____. (2006). Da ortopedia ao controle do corpo: o discurso da saúde na publicidade. *Comunicação Mídia e Consumo*, 3(6), 81-104.
- Mattos, S. (2010). *História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Melo, A.; Santana, C.; Brito, M. (2005). *Imaginário feminino no consumo de cosméticos: um estudo sobre a significação das marcas de cremes faciais e o uso desses produtos para o público feminino*. Monografia (Pós-Graduação em Administração) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- Mídia Dados Brasil. (2017). *Televisão*. Disponível em: <<https://dados.media/#!/dashboards/TELEVISION>>.
- Piedras, E. (2014). Ascensão dos estudos de recepção em publicidade: contribuições nas abordagens comportamental, sociocultural e sociodiscursiva. In: JACKS, N. (Org.). *Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil* (pp. 171-186). Porto Alegre: Sulina.
- Ramalho, M.; Polino, C.; Autor. Do laboratório para o horário nobre: a cobertura de ciência no principal telejornal brasileiro. *Journal of Science Communication*, 11, 1-10.
- Rede Record. (1998) *Rede Record: 45 anos de história*. São Paulo: Antonio Bellini Editora e Design.
- Reimão, S. A televisão no Brasil – ontem e hoje. (2000). In: Reimao, S. (Org). *Televisão na América Latina: sete estudos* (pp. 7-10). São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo.
- Rondelli, D. (2004). *A ciência no picadeiro: Uma análise das reportagens sobre ciência no programa Fantástico*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), São Paulo.
- Rosa, A. (2005). *Publicidade científica: um estudo do modo de organização do discurso argumentativo em revistas femininas*. Dissertação (Mestrado em Letras e Linguística) – Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Recife.
- Torres, H. (2012). *La ciencia en la televisión nacional*. Análisis de los comerciales de Televisión. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Trench, B. (2003). *Media Studies Module*. Carolina do Sul: The European Network of Science Communication Teachers.
- Wolton, D. (2006). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Editora Ática.
- Wzorek, L. (2005). *Avaliação da qualidade das propagandas de medicamentos veiculadas em diferentes mídias e locais no estado do Paraná*. Dissertação (Mestrado em Ciências Farmacêuticas) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba.



Los procesos comunicativos desde la perspectiva de los educadores en la era de la Cultura Digital

The communicative processes from the perspective of educators in the era of Digital Culture

Os processos comunicativos a partir da perspectiva dos educadores na era da Cultura Digital

Isabel HEVIA ARTIME

Universidad de Oviedo / heviaisabel@uniovi.es

Carlos RODRIGUEZ-HOYOS

Universidad de Cantabria / carlos.rodriquezh@unican.es

Aquilina FUEYO GUTIÉRREZ

Universidad de Oviedo / mafueyo@uniovi.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Informe, pp. 317-332)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 14-04-2018 / Aprobado: 26-06-2019

Resumen

El proceso comunicativo que establecen los educadores con sus aprendices es esencial para el desarrollo efectivo del proceso de enseñanza y aprendizaje. En este artículo se presentan los resultados de una investigación cuantitativa que pretende conocer la percepción que tienen los profesionales de la educación en España acerca de los procesos comunicativos, poniéndolos en relación con su formación en medios de comunicación. Los resultados muestran que prevalece entre el profesorado, una noción sobre la comunicación educativa basada en la “teoría de la señal” que considera que los actos comunicativos son unidireccionales, centrados en los contenidos, algo que parece estar vinculado a la escasa formación en medios que reciben los docentes.

Palabras clave: educación; comunicación; educomunicación; educadores

Abstract

The communicative process that educators have with their students is essential for the effective development of the teaching and learning process. This article presents the results of a quantitative research that aims to understand the perception that educational professionals in Spain have of the communication processes. The results show that a notion prevails among educational communication teachers based on the “signal theory” which considers that communicative acts are unidirectional and focused on the content, which seems will be linked to the poor media training received by teachers.

Keywords: education; communication; educommunication; educators

Resumo

O processo comunicativo que estabelece os educadores com seus aprendizes é essencial para o desenvolvimento do processo de ensino-aprendizagem. Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa quantitativa que pretende conhecer a percepção dos profissionais da educação, na Espanha, sobre os processos comunicativos, relacionando os mesmos com a formação em Meios de Comunicação que recebem os docentes. Os resultados mostram que prevalece, entre o professorado, uma noção sobre a comunicação educativa baseada em uma teoria clássica que considera que os atos comunicativos são unidirecionais, centrados nos conteúdos, algo que parece estar ligado à escassez de formação em meios de comunicação que recebem os docentes.

Palavras-chave: educação; comunicação; educomunicação; educadores

1. Introducción

Una de las principales características de los tiempos que nos ha tocado vivir es que nos encontramos en un momento en el que la educación es considerada una actividad clave para el desarrollo de los seres humanos y, de forma paralela, para la economía de cualquier país. Una educación que, a diferencia de otros momentos históricos, se entiende que ha de desarrollarse de forma permanente y que, en cierta medida, siempre constituye un proceso inacabado (Gil & Gallego, 2016). Eso ha provocado que se hayan generado una gran cantidad de investigaciones orientadas a comprender cuáles son las variables que intervienen en los procesos de enseñanza-aprendizaje y cómo pueden adoptarse medidas encaminadas a mejorar su eficacia.

Aunque se han llevado a cabo múltiples investigaciones orientadas a conocer y mejorar la toma de decisiones sobre los diversos elementos curriculares (competencias, contenidos, objetivos, etc.) presentes en los procesos educativos (Moya, Ros, & Menescardi, 2014; Méndez, Méndez, & Fernández-Río, 2015), han sido menos numerosas aquellas que han pretendido comprender cómo se producen los procesos de comunicación entre los diversos agentes que intervienen en una actividad eminentemente comunicativa como es cualquier acto educativo.

En este trabajo hemos pretendido comprender cuál es la percepción que los docentes de diversos niveles del sistema educativo español tienen sobre la eficacia de sus actos de comunicación didáctica en las aulas. Esa información nos va a permitir adoptar medidas encaminadas a mejorar aquellas decisiones vinculadas a la transformación y mejora de los procesos comunicativos subyacentes a cualquier acto didáctico. Para lograrlo, hemos tratado de comprender cómo conciben el proceso comunicativo en sí (algo que tendrá una enorme influencia en la forma en la que interactúan con los otros), la eficacia de otros agentes comunicadores (como los políticos, los medios de comunicación, etc.), así como la valoración que realizan sobre su propia profesión desde una perspectiva puramente comunicativa. Finalmente, trataremos de poner en relación esos resultados con la formación en medios que reciben los docentes a la hora de construir estas percepciones y la necesidad de reorientarla con el fin de que el profesorado se prepare en su formación inicial para manejar y dar respuesta a la complejidad de la comunicación en la era de la cultura digital.

2. Marco teórico

Los significados dados a la propia noción de comunicación han sido diversos y engloban desde la interacción adaptativa de los seres vivos para acomodarse a un contexto concreto, a los sistemas y modelos de emisión y recepción de mensajes, así como a las variables implicadas en el funcionamiento de los medios de comunicación (Herrero, 2012). Comunicarse con otras personas

exige el manejo de diversas variables en un contexto sistémico en el que habrá un determinado objeto de referencia vinculado al fin u objeto de aquello que se quiere transmitir (Martín, 2007). Aunque podamos afirmar que cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje es inherentemente comunicativo, hay que entender que la comunicación didáctica que se produce en el interior de las aulas es un tipo de interacción particular que establecemos como seres humanos en el que median diversas variables que van, desde las estrategias lingüísticas empleadas a los canales establecidos para favorecer la interacción entre los agentes o las relaciones de poder que se construyen entre las personas participantes, entre otras. Son muchos los trabajos que se han desarrollado para plantear que la comunicación pedagógica debería implicar una interacción que promueva la construcción conjunta de significados, propia de toda relación humana, donde se transmiten y recrean diversos significados (Kaplun, 1998; Freire, 1975; Landivar, 1992). El desarrollo de cualquier acto educativo es un proceso eminentemente comunicativo que no puede reducirse o simplificarse a una mera transmisión de información entre el docente y sus estudiantes (Humphries & Burns, 2015). De la calidad de esa comunicación va a depender la eficacia de los procesos de enseñanza-aprendizaje (Reinoso, 2017). El análisis de los procesos implicados en la comunicación educativa ha ido en aumento y durante los últimos años han venido apareciendo trabajos que sugieren la importancia de las interacciones que se producen en las aulas para comprender la eficacia de los procesos educativos (Domingo, Gallego, García, & Rodríguez, 2010), más allá del análisis sobre otras variables como, por ejemplo, la toma de decisiones en los diversos elementos curriculares (las estrategias metodológicas empleadas, el diseño de los sistemas de evaluación, la selección y organización de los contenidos, etc.).

Ahora bien, hay que destacar que los estudios iniciales centrados en el componente relacional, de diálogo e interacción que tiene la comunicación educativa, han quedado relegados a un segundo plano en relación con los referidos al estudio y el enaltecimiento del papel que los nuevos medios cumplen en dicha comunicación. Ese componente se ha impuesto al estudio del factor relacional y de diálogo y a las características específicas y contextuales que tiene la comunicación educativa por varias razones entre las que cabe destacar las económicas y políticas. Como señala Pasquali (2007: 299) se ha dado prioridad a los “aparatos comunicantes” y a su uso instrumental y transmisor vestido ahora de web 2.0: “La época que nos ha tocado vivir apenas da para jadear detrás de las atropellantes decisiones de los *Cisco, Google, Microsoft, Intel, Nokia* o *Echelon*, que imponen continuamente con una cadencia endemoniada nuevas reglas de la relación comunicativa”. Se ha producido así un giro del interés centrado en la comunicación didáctica a los nuevos dispositivos y aplicaciones digitales depositando en ellos y en su uso todas las posibilidades de comunicación que se dan en las aulas y dejando en un segundo plano los contenidos a comunicar, el diálogo, la construcción conjunta de significados o las posibles brechas de

acceso a los nuevos dispositivos y a sus lenguajes que sufren determinados grupos sociales (Byod, 2014).

Educar exige llevar a cabo un permanente intercambio de información, no una cesión, sino una interacción e influencia mutua entre los protagonistas del proceso educativo. Es por ello que este tipo de comunicación es un proceso básico para la construcción de la vida en sociedad, como mecanismo activador del diálogo y la convivencia ciudadana. En este campo de conocimiento pueden identificarse diversas investigaciones que han pretendido comprender cómo se producen los intercambios comunicativos (verbales o no verbales) en el interior de las aulas. Algunos trabajos se han orientado, desde una perspectiva microestructural, a la realización de análisis lingüísticos sobre los procesos de comunicación educativos (Camacaro, 2008; Cejudo, Salido-López, & Rodrigo-Ruiz, 2017), prestando especial atención a las estructuras, intenciones, etc. de los discursos construidos en el aula. Si bien esas investigaciones han permitido comprender cómo se desarrollan los procesos comunicativos en las aulas, algunos trabajos sugieren que esa tarea no está exenta de dilemas vinculados a aspectos tan variados como, por ejemplo, las particularidades de los discursos en función del contexto en el que se desarrollan, la indefinición sobre la extensión de las unidades lingüísticas de análisis o las dificultades para determinar cuáles son las características de las interacciones que proporcionan una información que pueda ser considerada relevante (Candela, 2001). Otros trabajos sugieren, por el contrario, que los procesos comunicativos han de entenderse desde una perspectiva sociocultural y, por tanto, es necesario no perder de vista los contextos en los que se lleva a cabo la renegociación de significados y el sentido social (Ribot, Pérez, Rousseaux, & Vega, 2014).

Tal y como han venido sugiriendo algunos trabajos, es necesario que el colectivo docente sea capaz de comprender y valorar cómo lleva a cabo los procesos de comunicación educativa con los estudiantes, dado que se trata de un factor esencial que puede llevar a mejorar la eficacia o, por el contrario, a limitar el impacto de los actos comunicativos en las aulas (Sainz, 1998). Esto es debido a la preponderante presencia de los viejos y nuevos medios en la sociedad actual, caracterizada como de “*convergencia mediática*” (Jenkins, 2006), y como estos medios están configurando una ciberesfera. Una sociedad digital que reduce el fenómeno de la comunicación humana a las interacciones que se pueden establecer a - través de las tecnologías digitales de última generación, sin preocuparse si en esa comunicación se produce una comunicación auténtica, relacional y dialógica (Urribarri, 2015). La convergencia digital unida a los fenómenos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad han puesto en primer término la llamada “cultura de la participación” y el paso de nuestra condición de espectadores a la de participantes en la creación de la cultura digital introduciendo importantes necesidades de formación de una ciudadanía que sepa moverse en este nuevo contexto. Ante estos fenómenos, es imprescindible conocer cuál es la percepción del profesorado sobre el acto comunicativo en

un contexto en el que, en estos momentos, comparte la tarea educativa con otros agentes que, desde contextos de educación informal y no formal, acaban influyendo y educando al alumnado más allá de las aulas. En este artículo, nos centramos en conocer la percepción que tiene el docente de este proceso de interacción comunicativa, pero además, nos interesa conocer su concepción acerca de la influencia de aquellos otros agentes comunicativos que intervienen en la práctica ciudadana, conocer su “*dialogo con el otro*” (Kaplún, 1998), concretamente, con la clase política, los medios de comunicación y la industria publicitaria. Aunque gran parte de la producción científica sobre comunicación educativa pone su énfasis en el estudio del uso de medios y tecnologías en el aula, su influencia o posibilidades (Suárez & Gros, 2014; Cabero, 2015), nuestro estudio pretende realizar una primera aproximación que nos sirva para comprender la visión que tiene el profesorado sobre la comunicación educativa, así como su percepción sobre la eficacia comunicativa de otros agentes comunicadores.

3. Diseño metodológico

Los datos analizados forman parte de una investigación más amplia en la cual, se analiza como los profesionales de cuatro instituciones dedicadas a la comunicación afrontan el reto de interaccionar con las mentes de los demás (Ferres & Masanet, 2017). Este artículo se focaliza en la institución educativa, concretamente en los educadores y cual es su percepción del proceso comunicativo. La finalidad del mismo se centra en alcanzar tres objetivos esenciales:

- Comprender cómo entienden los docentes el proceso comunicativo.
- Conocer cómo valora ese colectivo la participación de otros agentes comunicadores en la sociedad.
- Entender qué percepciones tiene el profesorado sobre su papel como agentes comunicadores en la sociedad.

El instrumento empleado para la recogida de datos fue un cuestionario diseñado *ad hoc* constituido por 22 ítems donde se incluyeron preguntas abiertas y cerradas (selección única, múltiple y escalas de Likert). Tras la realización de una prueba piloto en la que participaron 37 docentes, el índice de fiabilidad ofreció un Alfa de Cronbach de 0,78. Los datos obtenidos se recogieron en la base de datos del programa IBM-SPSS Statistics 24 que permitió llevar a cabo un primer análisis estadístico descriptivo para continuar con medidas de tendencia central y dispersión. Asimismo, se procedió a realizar un estudio entre dos variables mediante el análisis factorial de la varianza (Anova) a fin determinar si existían diferencias significativas en las respuestas de los docentes.

Las respuestas a las preguntas abiertas fueron analizadas por expertos que las categorizaron para tratarlas de manera cuantitativa. El cuestionario se administró entre 2014 y 2015 en papel y online, para lo cual se creó una

aplicación que contabilizaba de manera automática el perfil y procedencia de cada cuestionario recibido.

3.1 Muestra

La muestra estuvo compuesta por 533 profesores no universitarios (Educación Infantil, Primaria y Secundaria) distribuidos en 15 provincias de España. Para contactar con estos docentes, se recurrió a un muestreo no probabilístico por conveniencia a través de la técnica de “bola de nieve” (Pérez-Luco, Lagos & Mardones, 2017). Algo más de la mitad de las personas que participan en el estudio son mujeres (58,3%; n=311), mientras que un 35,3% son hombres (n=188) y un 6,4% (n=34) no facilitan esta información. Por otro lado, la distribución de los docentes según los distintos tipos de centros es la siguiente: el 62,9% (n=335) corresponden a la enseñanza pública, 18% (n=96) a la concertada, un 17,8% (n=95) actualmente no están en activo y un 1,3% (7) pertenecen a centros privados. Esta distribución porcentual se corresponde con la distribución poblacional de esta variable. En cuanto al nivel educativo, su distribución es como sigue: 12,8% (n=68) Educación Infantil, 37,5% (n=200) Educación Primaria y 49,7% (n=265) Educación Secundaria. Respecto a la edad de los docentes, un 35,8% (191) tiene de 20 a 40 años, un 58,2% (310) tienen entre 41 y 60 años y un 6% (n=32) tiene más de 60 años.

4. Resultados

4.1 El proceso comunicativo

En el conjunto de las definiciones aportadas por los educadores, más de la mitad (56,1%; n=299) consideran que la comunicación es un acto unidireccional de transmisión de información, donde el énfasis se pone en la persona que emite el mensaje. Así, nos encontramos definiciones como: “un mensaje que se envía o se lanza a alguien” “Expresar nuestros sentimientos y transmitir información” “Transmitir una idea o mensaje de forma clara y amena”. En menor medida, un 28% (n=149) aporta una definición bidireccional de la comunicación: “La capacidad de que entre dos personas se establezca una relación en la que se intercambia la información”; “Proceso de intercambio de información de diferentes procedimientos entre individuos”. Por otro lado, un 10,1% (n=54) ofrecen respuestas ambiguas al respecto y un 5,8% (n=31) no sabe/no contesta.

A la hora de emitir un mensaje, los docentes consideran que el aspecto de mayor importancia es el contenido informativo/descriptivo de ese mensaje (51,8%; n=276), seguido de la capacidad de seducción que tenga el emisor (28,1%; n=150) y, en menor medida, el contenido informativo/opinático (20,1%; n=107). Estos datos van en la línea de lo manifestado cuando se les pregunta acerca de la principal cualidad de un comunicador. En una buena parte de las respuestas

la seducción adquiere un peso relevante (43,2%; n=230) y, en menor medida valoran la objetividad (24,6%; n=131), la claridad del mensaje (22,1%; n=118), la credibilidad (5,6%; n=30) u otros aspectos (4,5%; n=24).

En cuanto a los elementos que consideran más importantes para la eficacia de la comunicación, un 61,7% (n=329) valora que es más significativo el tipo de receptor que el tipo de mensaje que se emite; un 49,2% (n=262) valora que es más trascendente la forma del mensaje que el contenido del mismo, un 59,8% (n=319) valora que es más importante la imagen que la palabra a la hora de transmitir un mensaje y un 5,4% (n=29) no responde a esta cuestión.

Por otro lado, a la hora de elaborar un mensaje, el 43,3% (n=231) de los docentes considera que para la función comunicativa son más efectivas las emociones frente a un 21% (n=112) que prioriza la razón, mientras que un 34,2% (n=182) no se posiciona ante ambos aspectos (emoción o razón). Un 1,5% (n=8) no responden a esta cuestión. Comprobamos, por tanto, que una parte de los docentes son conscientes de que un buen comunicador es aquel que despierta emociones en los demás, en este caso en sus estudiantes. Recordemos que en la función docente, es muy importante la empatía, tener en cuenta las personas a las que se habla así como sus características y necesidades.

Por último, hemos comprobado que los educadores tienen claro que la capacidad persuasiva de un mensaje viene dada por la persona que lo emite (59,7%; n=318). Para ellos, la capacidad de captar la atención, de que los estudiantes sigan sus clases, se apasionen con ellas, tiene que ver con las peculiaridades del propio educador y consideran que la fuente de información debe ser creíble para que el mensaje tenga sentido. En este ítem se han encontrado diferencias significativas en función del nivel educativo, de tal manera que los profesores de Educación Secundaria son quienes mayor apoyan que la capacidad persuasiva del mensaje viene dada por la persona que lo emite ($F=3,611$; Sig: 0,028).

4.2 Agentes comunicadores en la sociedad

Se formularon una serie de preguntas para conocer las percepciones que tiene el colectivo de docentes sobre su papel como comunicadores en la sociedad, y sobre el resto de agentes comunicadores como son la iglesia, la política, los medios de comunicación, la publicidad y las redes sociales. En primer lugar, descubrimos que los docentes consideran que los agentes comunicativos que mayor influencia tienen en la ciudadanía y, por tanto en su manera de ser, hacer y pensar, son las redes sociales, los medios de comunicación y la publicidad, tal como se puede observar en la Tabla 1:

Tabla 1. Nivel de influencia de los agentes comunicativos en la manera de ser, de hacer y de pensar de la ciudadanía.

Grado de acuerdo	Escuela		Medios de comunicación		Iglesia		Política		Publicidad		Redes Sociales	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nada	8	1,5%	4	0,8%	122	22,9%	69	12,9%	3	0,6%	3	0,6%
Poco	78	14,6%	14	2,6%	209	39,2%	125	23,5%	23	4,3%	32	6,0%
Algo	164	30,8%	114	21,4%	129	24,2%	184	34,5%	128	24,0%	71	13,3%
Bastante	150	28,1%	248	46,5%	62	11,6%	129	24,2%	191	35,8%	189	35,5%
Mucho	133	25,0%	153	28,7%	11	2,1%	26	4,9%	188	35,3%	238	44,6%

Fuente: elaboración propia.

El 80,1% de los docentes (35% bastante y 44,6% mucho) consideran que las redes sociales son el agente comunicativo con más influencia en la ciudadanía; mientras que tres de cada cuatro docentes (46,5% bastante y 28,7% mucho) atribuyen este poder a los medios de comunicación; y, un 71,1% (35,8% bastante y 35,3% mucho) lo hacen a la publicidad. La iglesia y la política son las instituciones menos valoradas en su influencia en la manera de ser, hacer y pensar de la ciudadanía. Por su parte, llama la atención que siendo la escuela el espacio en donde desarrollan su actividad profesional valoren tan bajo su potencial comunicador. En relación con las argumentaciones que dan los docentes este asunto son:

Valoro la escuela y el nivel de estudios como un medio básico para poder desarrollar espíritu crítico ante la ingente cantidad de información. Considero que las iglesias aunque con cierto poder mediático y sobre las instituciones, no tienen tanto sobre el individuo y menos sobre los no creyentes. El periodismo y la política mantienen un nivel medio/alto pero cada vez se filtran más los contenidos según la afinidad ideológica. Considero que las redes sociales, el seguimiento de tweets, blogs... muchas veces se valoran con más credibilidad que los medios tradicionales.

Tristemente, la influencia de la escuela, iglesia y demás agentes que transmiten valores no tiene ni mucho menos el poder de transmisión que tienen, sobre todo, los medios de comunicación y las redes sociales.

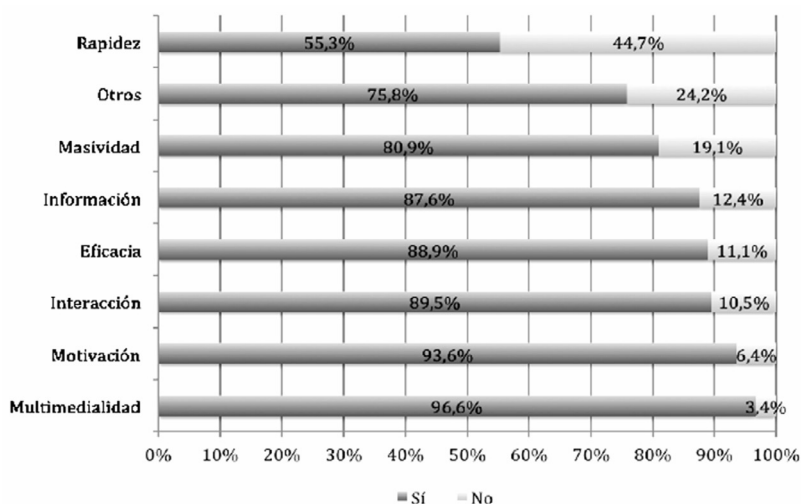
Porque creo que la gente hace más caso a lo que lee, ve y oye en los medios de comunicación. La escuela, a pesar de que debería influir mucho más, está mal valorada socialmente. La política y la iglesia cada vez son menos creíbles.

En este ítem se han encontrado diferencias significativas con varias variables del estudio. Por un lado, la mujeres son quienes se muestran más favorables a la influencia, en la manera de ser, hacer y pensar de la ciudadanía, de los medios de

comunicación ($F=4,846$; Sig: 0,028), de la política ($F=4,699$; Sig: 0,031) y las redes sociales ($F=4,536$; Sig: 0,033). Por otro lado, los docentes más jóvenes (20-40 años) son quienes más entienden que la escuela tiene mayor influencia ($F=9,128$; Sig: 0,000), seguida de las redes sociales ($F=4,945$; Sig: 0,007); mientras que los docentes de mayor edad (más de 60 años) dan mayor peso a la influencia de la iglesia ($F=5,922$; Sig: 0,003).

Por otro lado, se les ha preguntado a los docentes qué aportan internet y las redes sociales en la comunicación persuasiva, ; es decir, en aquel tipo de comunicación que contribuye a transformar las ideas, creencias y actitudes de las personas. Casi la totalidad de los docentes (96,6%; $n=515$) considera que estas herramientas digitales lo que aportan son multimedialidad, esto es, que favorecen los procesos de interactivos a través de diversos códigos de manera simultanea y no lineal. La segunda aportación más relevante de estos elementos digitales a la comunicación persuasiva tiene que ver con la motivación, tal como apoya el 93,6% ($n=498$) de los docentes. El resto de respuestas pueden verse en el Gráfico 1:

Gráfico 1. Aportaciones de Internet y las redes sociales en la comunicación persuasiva.



Fuente: elaboración propia.

4.3. Valoración de la profesión docente desde un punto de vista comunicativo

Desde el punto de vista comunicativo, cuando se pregunta a los docentes cuál es el objetivo principal de su trabajo, el 40,5% ($n=216$) aportan una respuesta que tiene que ver con objetivos de carácter cognitivo: “Propiciar que los alumnos se interroguen y busquen respuestas sobre los aspectos objeto del aprendizaje

y propiciar la reflexión” -; “Formar ciudadanos con ideas y opiniones propias abiertos a otras formas de pensar” -

Por otro lado, los docentes señalan una serie de obstáculos comunicativos que les impiden conseguir su objetivo instruccional, siendo su principal limitación la falta de interés y motivación en el receptor (26,8%; n=143): “La falta de escucha activa en los alumnos, de interés por la educación de los padres”; “Los mensajes que se deben transmitir son básicamente contenidos y ello causa pasividad y falta de interés en los receptores”. Observamos que en estas respuestas, que son representativas de muchas otras que se han dado, perviven ideas bastante tradicionales sobre la enseñanza y también algunos estereotipos sobre el alumnado. El segundo obstáculo identificado tiene que ver con la falta de habilidades y formación de los propios docentes (13,9%; n=74): “Puede que yo misma sea el obstáculo, la falta de nuevos métodos, estar al día con los nuevos tiempos y los nuevos alumnos”; “A veces el curriculum y a veces la creatividad para hacer que mis alumnos piensen, opinen...” Después estarían otros obstáculos como un entorno social desfavorable (13,5%; n=72), un entorno político desfavorable (7,1%; n=38), limitaciones económicas de la profesión (2,6%; n=14) o el tiempo disponible (4,7%; n=25), entre otros obstáculos señalados.

Cuando se les pregunta a los docentes acerca de si deberían aprender algo del resto de agentes comunicadores, en líneas generales, reconocen que deberían aprender algo de las estrategias comunicativas que se emplean en los medios de comunicación y la publicidad, tal como se recoge en la Tabla 2:

Tabla 2. Grado de aprendizaje de los educadores de los diferentes agentes comunicadores.

Grado de aprendizaje	Medios de comunicación		Iglesia		Política		Publicidad	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Nada	25	4,7%	211	39,6%	202	37,8%	107	20,1%
Poco	87	16,3%	115	21,6%	148	27,8%	123	23,1%
Algo	198	37,1%	74	13,9%	96	18,0%	158	29,6%
Bastante	165	31,0%	86	16,1%	44	8,3%	81	15,2%
Mucho	58	10,9%	47	8,8%	43	8,1%	64	12,0%

Fuente: elaboración propia.

El 79% (n=421) de los docentes considera que tiene algo, bastante o mucho que aprender de los medios de comunicación; lo mismo sucede con la publicidad donde más de la mitad (56,8%; n=303) considera que tiene algo, bastante o mucho que aprender. Sin embargo, y en la línea de lo manifestado en otros ítems, no se considera que tengan mucho que aprender de la iglesia (61,2%; n=326 dicen que poco o nada) y de la política (65,6%; n=349 dicen que poco o nada).

5. Discusión

Cuando ponemos en relación los resultados obtenidos sobre las percepciones del profesorado acerca de la comunicación educativa con los hallados en otros trabajos que hemos realizado sobre la formación del profesorado (Autor/a, 2015; Autor/a, 2016; Autor/a, 2018) observamos algunos elementos de continuidad entre ellos que queremos destacar. Cuando analizábamos la formación que recibe el profesorado sobre medios de comunicación, la caracterizábamos como una formación muy instrumental en la que los medios no se ponen al servicio de opciones críticas sino que se limitan a simples herramientas para transmitir información. En esta nueva investigación observamos que hay una continuidad en la tendencia mayoritaria del profesorado a considerar el acto comunicativo como unidireccional dando prioridad al contenido del mensaje y a considerarlo más informativo y descriptivo que explicativo. Algunos trabajos recientes desarrollados en España parecen reafirmar esta tendencia, la formación que se imparte en las facultades de educación está basada predominantemente en una concepción instrumental de las tecnologías que están al servicio de la transmisión “supuestamente eficaz” de la información más que a fomentar un diálogo verdadero y consistente o una comunicación propiamente didáctica (Hinojo, Fernández & Aznar 2002; Ortiz, Almazán, Peñaherrera & Cachón, 2014).

Estos datos sugieren la necesidad de retomar la discusión, ya clásica, sobre la importancia de poner de manifiesto las diferencias existentes entre la comunicación y la información y, sobre todo, sobre la necesidad de poner el acento en la importancia de trabajar con el profesorado para construir la idea de una comunicación en la que se den procesos en los que las personas entren en colaboración, en correspondencia, en reciprocidad frente a la idea de un modelo más clásico que es el que parece sostener el profesorado, basado en la denostada *Teoría Matemática* de la Comunicación de Shanon (Vidales, 2017). Parece necesario potenciar el avance hacia una comunicación que, como diría Kaplun (1998), sea más democrática, entendiendo por tal una comunicación dialógica, basada en la comunidad horizontal, de doble vía y participativa.

Parece que en la era de la convergencia de medios y la comunicación transmedia, una buena parte del profesorado todavía practica una comunicación que no supere la metáfora del telégrafo. Debemos conseguir que la comunicación educativa, en sus diferentes escenarios, se parezca más a la metáfora de la orquesta, una interacción social democrática por la cual se comparten experiencias en condiciones de seguridad e igualdad de acceso, diálogo y participación. Una comunicación que supere los neologismos neoliberales que hablan de unos supuestos *prosumidores* para buscar la educación de una ciudadanía *EMIREC* en el sentido que señalaba Cloutier (Aparici & García-Marín, 2018) de potenciar , tanto el análisis crítico y la recepción consciente y saludable de la información como su producción autónoma, poniendo los

nuevos y potentes medios al servicio de una comunicación emancipadora para las personas y transformadora para los grupos sociales en especial aquellos que son más desfavorecidos.

No cabe duda de la importancia que tiene el desempeño tecnológico de los futuros profesionales de la educación, tal y como han evidenciado algunos trabajos (Kirkup & Kirkwood, 2005; Chai, Koh, & Tsai, 2010), pero la formación en los aspectos tecnológicos es posiblemente la dimensión más extendida y ha de combinarse equilibradamente con el desarrollo de todas las dimensiones que intervienen en la comunicación y que son necesarias para afrontar los retos a los que este colectivo va a enfrentarse en las aulas cuando se inserte en el mundo laboral (Autor/a, 2018; Prieto, 2017).

Consideramos que las atribuciones del profesorado a la importancia del emisor y la identificación que hacen de los problemas de comunicación educativa por la falta de motivación del receptor o a su falta de interés en el mensaje, así como el énfasis que una gran parte del profesorado parece poner en la transmisión de contenidos, como el aspecto central de la comunicación educativa, nos llevan a pensar que estamos ante concepciones sobre la enseñanza ancladas en el pasado y que no tienen en cuenta los cambios que ha venido experimentando, tanto la comunicación a nivel social como la propia institución educativa. Ante este panorama parece importante formar al profesorado para que sea capaz de crear arquitecturas pedagógicas que posibiliten la participación y la motivación del alumnado, fomentando el diálogo entre los sujetos y que estos procesos estén al servicio de los aprendizajes que necesitan los estudiantes de sociedades democráticas y tecnológicamente avanzadas, y sin olvidar a aquellos que padecen brechas de acceso y alfabetización importantes (Boyd, 2014).

En este contexto, y dada la tendencia de una gran parte del profesorado a considerar que la comunicación educativa se centra en la transmisión de contenidos, son importantes las propuestas formativas que apuesten por el desarrollo de actividades de producción de contenidos y mensajes, utilizando la convergencia de medios y la comunicación transmedia que posibilitan las nuevas tecnología digitales. La incorporación de este tipo de concepciones a la formación inicial y permanente del profesorado, y demás profesionales de la educación, es fundamental para garantizar la formación de una ciudadanía que sea capaz de afrontar la complejidad informativa del mundo en el que vive. Nuestra investigación apunta también hacia la necesidad de reforzar las metodologías utilizadas en la educación mediática de los futuros profesionales de la educación en la línea de implicarles en proyectos, trabajos de producción con los medios, incluir el análisis de las emociones y hacer estas metodologías coherentes con formas de evaluación procesual y formativa, donde se tenga en cuenta la autoevaluación y la evaluación grupal de los trabajos que se hacen de forma colectiva.

6. Conclusiones

Los resultados de la investigación muestran que entre el profesorado prevalece aún un paradigma sobre la comunicación educativa basado en modelos de comunicación que no responde a la complejidad comunicativa actual. Cuando una buena parte del profesorado habla de la comunicación la define en relación con actos de transmisión de información unidireccionales, centrados en los contenidos. Cuando valora la eficacia de estos actos la centra, sobre todo, en la capacidad de seducción del emisor y achaca las dificultades de la comunicación en la falta de interés y motivación del receptor. En la comunicación, el profesorado, en su mayoría, da más importancia al receptor que al mensaje mismo, a la forma del mensaje más que al contenido y a la imagen más que a la palabra. Los docentes dan más peso a las emociones que a la razón a la hora de comunicar; valoran que un factor determinante es la persona que emite el mensaje el momento de captar la atención y que los agentes comunicativos más influyentes en la sociedad actual son las redes sociales, los medios y la publicidad.

Ante estos datos, consideramos que las limitaciones de la formación en medios y comunicación educativa que recibe el profesorado pueden haber sido determinantes a la hora de construir estas percepciones y destacamos la necesidad de reorientar dicha formación para que el profesorado sea capaz de manejar y dar respuesta a la complejidad de la comunicación en la era de la cultura digital. Señalamos algunas orientaciones en este sentido:

- Replantear la formación del profesorado inspirándose en una idea diferente de la comunicación educativa que proponga nuevos modelos de comunicación y, por tanto, de aprendizaje.
- Promover experiencias formativas que permitan al alumnado romper con la concepción instrumental de la comunicación centrada en el contenido y con un sentido unidireccional.
- Introducir contenidos referidos a la convergencia de medios y a la comunicación transmedia al servicio de una comunicación educativa donde el contenido de los aprendizajes se ponga en primer término.
- Incorporar en la formación del profesorado el trabajo con las emociones y con las identidades para construir una comunicación más genuina.
- Dar importancia al alumnado como emisores de información y trabajar con ellos para propiciar nuevas formas de comunicación en la que incorporen sus habilidades transmedia.

No obstante, es importante destacar algunas fortalezas que se identifican en las percepciones de una buena parte del profesorado que tienen que ver con su claridad el momento de percibir las limitaciones de su formación así como el papel de las redes sociales y los medios de comunicación en la comunicación

actual, considerándolos referentes en la comunicación que se da en los procesos educativos. También se destaca, la importancia que dan los docentes a la influencia de los profesionales de los medios tanto en su profesión como en la manera de pensar y de actuar de la ciudadanía.

Referencias bibliográficas

- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 55(2), 71-79.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated the social lives of networked teens*. New Haven CT: Yale University.
- Cabero, J. (2015). Reflexiones educativas sobre las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). *Tecnología, Ciencia y Educación*, 1, 19-27.
- Camacaro, Z. (2008). La interacción verbal alumno-docente en el aula de clase (un estudio de caso). *Laurus*, 14(26), 189-206.
- Candela, A. (2001). Corrientes teóricas sobre discurso en el aula. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 6(12), 317-333.
- Cejudo, J., Salido-López, J. V., & Rodrigo-Ruiz, D. (2017). Efecto de un programa para la mejora en competencia en comunicación lingüística de alumnado de Educación Secundaria. *Revista de Psicodidáctica*, 22(2), 135-141.
- Chai, C. S., Koh, J.H.L., & Tsai, C.C. (2010). Facilitating preservice teachers' development of technological, pedagogical, and content knowledge (TPACK). *Journal of Educational Technology & Society*, 13(4), 63-73.
- Domingo, J., Gallego, J.L., García, I., & Rodríguez, A. (2010). La competencia comunicativa en alumnos de la especialidad de lengua extranjera de Magisterio en la Universidad de Granada. *Enseñanza & Teaching*, 28, 139-160.
- Ferres, J., & Masanet, M.J. (2017). La eficacia comunicativa en la educación: potenciando las emociones y el relato. *Comunicar*, 52, 51-60.
- Freire, P. (1975). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: SigloXXI.
- Gil, A., & Gallego, D. (2016). La realización de formación continua desde la perspectiva de la organización de aprendizaje. *Educator*, 52(1), 107-126.
- Herrero, P. (2012). La interacción comunicativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *ReiDoCrea. Revista electrónica de investigación Docencia Creativa*, 1, 138-143.
- Hinojo, F.J., Fernández, F.D., & Aznar, I. (2002). Las actitudes de los docentes hacia la formación en tecnologías de la información y comunicación (TIC) aplicadas a la educación. *Contextos educativos: Revista de educación*, 5, 253-270.
- Humphries, S., & Burns, A. (2015). 'In reality it's almost impossible': CLT-oriented curriculum change. *ELT journal*, 69(3), 239-248.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU press.
- Kaplan, M. (1998). De medios y fines en comunicación educativa. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 58, 4-7.
- Kirkup, G., & Kirkwood, A. (2005). Information and communications technologies (ICT) in Higher Education teaching – a tale of gradualism rather than revolution. *Learning, Media and Technology*, 30(2), 185-199.

- Landivar, T.E. (1992). Comunicación educativa. Reflexiones para su construcción. *Alternativas. Revista del Centro de Producción Educativa de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Centro de Buenos Aires*, 6(8), 32-35.
- Martín, M. (2007). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Méndez, D., Méndez, A., & Fernández-Río, F. J. (2015). Análisis y valoración del proceso de incorporación de las Competencias Básicas en Educación Primaria. *Revista de Investigación Educativa*, 33(1), 233-246.
- Moya, I., Ros, C., & Menescardi, C. (2014). Los contenidos de educación física a través de las imágenes de los libros de texto de educación primaria. *Apunts. Educación física y deportes*, 4(118), 40-47.
- Ortiz, A., Almazán, L. Peñaherrera, M., & Cachón, J. (2014). Formación en TIC de futuros maestros desde el análisis de la práctica en la Universidad de Jaén. *Pixel-Bit: Revista de Medios y Educación*, 44, 127-142.
- Pasquali, A. (2007). *Comprender la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Pérez-Luco, R., Lagos, L., Mardones, R., & Sáez, F. (2017). Taxonomía de diseños y muestreo en investigación cualitativa. Un intento de síntesis entre las aproximaciones teórica y emergente. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 39. Recuperado de <https://institucionales.us.es/ambitos/?p=3276>
- Prieto, D. (2017). Construirse para educar. *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*, 135, 17-32.
- Reinoso, M. F. (2017). Unidades didácticas y desarrollo de habilidades comunicativas en el aula. *Revista Interamericana de Educación, Pedagogía y Estudios Culturales*, 10(2), 209-231.
- Ribot, V.D., Pérez, M., Rouseaux, E., & Vega, Y. (2014). La comunicación en Pedagogía. *Educación Médica Superior*, 28(2). Recuperado de <http://www.ems.sld.cu/index.php/ems/article/view/59/171>
- Sainz, L. (1998). La comunicación en el proceso pedagógico: algunas reflexiones valorativas. *Educación Médica Superior*, 12(1), 26-34.
- Suárez, C. & Gros, B. (2014). *Aprender en red: de la interacción a la colaboración*. Barcelona: Editorial UOC.
- Urribarri, R. (2015). Comunicación y democracia en el siglo XXI: el reto de la formación. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 128, 133-147.
- Vidales, C. (2017). De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicación y Sociedad*, 30, 45-68.

Lo incommunicable

The incommunicable

O incommunicável

Juan Carlos JURADO

Universidad Central del Ecuador / jejurador@hotmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Informe, pp. 333-348)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-04-2019 / Aprobado: 16-07-2019

Resumen

Este ensayo trata del lenguaje, sus límites y del problema de lo incommunicable. Lo incommunicable aparece en el límite del decir, esto es, cuando las palabras, atravesadas por un sinnúmero de ideas e interpretaciones del mundo, pierden su capacidad para desvelar y hacer comunes los problemas fundamentales de la existencia. Para entender el sentido de esta brecha entre lenguaje y existencia se analiza, en primer lugar, el problema de la comprensión originaria y los límites de la interpretación; en segundo lugar, se dilucida el origen del malentendido, y, finalmente, se analiza el paso de la dimensión interpretativa hasta la dimensión expresiva del lenguaje, dimensión que constituye el lugar para la manifestación del sentido originario de la existencia.

Palabras clave: comunicación; límite; traducción; lenguaje; comprensión

Abstract

This essay refers to language, its limits and the problem of the incommunicable. The incommunicable appears at the limit of saying, that is, when words, crossed by countless ideas and interpretations of the world, lose their capacity to reveal and make common the fundamental problems of existence. In order to understand the meaning of this gap between language and existence, first, we analyze the problem of original understanding and the limits of interpretation; second, the origin of the misunderstanding will be explained. Finally, - analyzed the bridge from the interpretative dimension to the expressive dimension of language, a dimension that constitutes the place for the manifestation of the original sense of existence.

Keywords: communication; limit; translation; language; comprehension

Resumo

Este ensaio trata da linguagem, seus limites e o problema do incommunicável. O incommunicável aparece no limite de dizer, isto é, quando as palavras, atravessadas por inúmeras idéias e interpretações do mundo, perdem sua capacidade de revelar e tornar comuns os problemas fundamentais da existência. Para entender o significado dessa lacuna entre linguagem e existência, primeiro analisamos o problema da compreensão original e os limites da interpretação; em segundo lugar, explica-se a origem do equívoco e, por fim, analisa-se a passagem da dimensão interpretativa para a dimensão expressiva da linguagem, dimensão que constitui o lugar para a manifestação do sentido original da existência.

Palavras-chave: comunicação; limite; tradução; linguagem; compreensão

1. Introducción

*Freilich bleibt dann eben keine Frage mehr;
und eben dies ist die Antwort.*

*Entonces, ya no queda ninguna pregunta;
y esta es precisamente la respuesta.*

Wittgenstein

En el uso especializado, el ser humano usa el lenguaje como si se tratara de un objeto y, en su intento por atrapar la realidad y encerrarla en las redes de una abstracta terminología, el lenguaje deja de ser un medio privilegiado de expresión y se convierte “en un simple medio de presión”¹ (Heidegger, 2008, p. 18-20). La constitución de una terminología especializada acentúa, por lo tanto, la perturbación que surge al forzar a la vida para que coincida con el término, con el concepto. En la formación de los conceptos, las palabras no están destinadas para servir como un recuerdo para la experiencia primordial única y completamente individualizada, sino, “para referirse, al mismo tiempo, a innumerables experiencias, más o menos similares, y esto, hablando en sentido estricto, nunca es lo mismo”² (Nietzsche, 1976, p. 610).

Sin embargo, a diferencia de los objetos cotidianos, que el humano puede controlar y cuyo comportamiento puede predecir, el lenguaje escapa continuamente de sus manos. En su intento por alcanzar una conciencia clara de los problemas originarios, el ser humano reconoce que la tranquilidad que le proporcionaba el recurso lingüístico se disuelve, y que la seguridad que había depositado en la posesión de un lenguaje con el cual podía nombrar las cosas y organizar al mundo (el lenguaje de la ciencia, por ejemplo) se desvanece al enfrentarse a los temas más profundos.

Pero el problema no termina ahí. Si, después de constantes esfuerzos, el ser humano alcanza un pequeño fragmento del sentido originario oculto en las palabras, entonces se enfrenta con una nueva dificultad: la que surge cuando intenta comunicar aquello de cuya verdad ha recibido solo un ligero atisbo. Es en ese momento cuando, en su intento por comunicarse con los otros y revelar el mensaje que ha recibido de las honduras de la existencia, se topa con el límite más álgido: el que surge de la incomprensión y del malentendido.

1 “Die Sprache wird zum Mittel des Ausdrucks. Als Ausdruck kann die Sprache zum bloßen Druckmittel herabsinken.” (texto original tomado de Heidegger, 2008)

2 “Jedes Wort wird sofort dadurch Begriff, daß es eben nicht für das einmalige ganz und gar individualisierte Urerlebnis, dem es sein Entstehen verdankt, etwa als Erinnerung dienen soll, sondern zugleich für zahllose, mehr oder weniger ähnliche, daß heißt streng genommen niemals gleiche...” (texto original tomado de Nietzsche, 1976)

Este ensayo, por lo tanto, trata del lenguaje y de sus límites. La afirmación que aquí se sostiene es la siguiente: en el uso especializado, al que es sometido por todo intento de conceptualización y de formación de una terminología científica, el lenguaje pierde su potencial expresivo, y todo intento por exteriorizar la vivencia humana profunda y auténtica se topa con un límite: se enfrenta al problema de lo incommunicable.

¿Qué es lo *incommunicable*? Lo incommunicable se muestra en el límite del decir; esto es, cuando el poseedor de la palabra reconoce la estrechez de los términos para referirse a los problemas más profundos, aquellos que están relacionados con su ser más íntimo y originario, o sea, con su propia existencia.

¿Qué método es el más apropiado para reconocer los ámbitos de expresión del lenguaje y sus límites? ¿Cuál es el método adecuado para la búsqueda de una solución a la brecha de lo incommunicable?

Una hermenéutica de orientación fenomenológica es el método más adecuado para acceder a la comprensión originaria del testimonio expresado en el lenguaje. Es, asimismo, el método más apropiado para reconocer los límites de la expresión y para obtener una conciencia clara de la experiencia estética (Gadamer, 1990, pág. 105) experiencia que constituye un punto de partida en la búsqueda de un ámbito común de comprensión.

Con el fin de reconocer los límites del lenguaje, se hará una breve exposición de los ámbitos de la experiencia en que se hacen patentes estos límites; posteriormente, se tratará acerca del origen del malentendido y de la ausencia de comprensión; finalmente, y gracias a la constatación previa de aquellos límites, se reflexionará acerca de una vía más adecuada para la comprensión originaria.

2. Los límites del lenguaje y la brecha de lo incommunicable

El lenguaje es el medio privilegiado para la expresión. Gracias al lenguaje, el ser humano puede exteriorizar sus pensamientos, sus deseos, así como las preocupaciones y angustias de su vida cotidiana. A través del lenguaje, *se hace entender* por los demás; también trata de entenderse a sí mismo. Intenta comprender lo que los otros le dicen y, para esto, formula las preguntas adecuadas. En el lenguaje se halla el terreno para la comprensión de los otros. El ser humano se esfuerza en hablar con claridad y, de la misma manera, espera que los otros le hablen claramente, pues, de no ser así, se sentiría simplemente excluido, solitario, fuera del juego del mundo que los demás comparten (Heidegger, 1981, p. 22). La necesidad de entender lo que se dice constituye, por lo tanto, un acto permanente de subsistencia.

En su continua búsqueda de estabilidad y seguridad, el ser humano puso su confianza en el aparentemente sólido edificio del lenguaje, y, una vez que entendió su formación y su estructura, quiso convertirse en su amo y señor. Pensó, además, que por medio de las palabras y de sus cada vez más “rigurosas”

formaciones lingüísticas, limitadas a la construcción de oraciones con sus respectivos sujetos y predicados (Blanchot, 1973, pág. 60), podía apropiarse del sentido más íntimo de las cosas, y se jactó de utilizar el significado de cualquier palabra como si se tratara de un objeto listo para su uso.

Pero el lenguaje, cuya función originaria estaba estrechamente vinculada a la comprensión de la realidad circundante, perdió esta función con el uso especializado. Es decir, con la construcción de una terminología científica cada vez más y más precisa, el lenguaje se fue alejando lentamente de la realidad, a tal punto que, cuando el hombre quiso retornar a ella por medio del lenguaje de los expertos, la distancia era tan grande que cualquier intento de adecuación se convirtió en un trabajo forzoso y arbitrario.

El alejamiento de la realidad que el humano experimentó al utilizar al lenguaje como una simple herramienta de la cognición se hizo aún más profundo e insalvable con relación a los problemas originarios, aquellos que le permitían concentrarse en el pensamiento de su propia existencia.

Tres son, en efecto, los terrenos de la experiencia en que el lenguaje hace evidentes sus límites: el ámbito de la mística, de la ética y de la estética.

La experiencia mística es el ámbito de expresión de lo divino. El recurso para la expresión de la divinidad se sobrepone a cualquier tipo de lenguaje especializado y es solo asequible para el iniciado, pues es secreto. La expresión divina permanece oculta para la mayoría, y la recibe solo quien ha sido iniciado en el *misterio*. Son diversas las imágenes que ilustran la relación entre *misticismo* y *secreto*: desde los misterios de Eleusis, hasta las revelaciones del misticismo cristiano, donde el *secreto* era el sostén del pensamiento místico y religioso. De aquí que el idioma griego haya preservado hasta el día de hoy, después de varios siglos y transformaciones, el sentido ancestral del término *secreto* (μυστικό, *mistikó*), en su referencia a las revelaciones del *misticismo* (μυστικισμός, *mistikismós*) y con relación a la práctica religiosa de los *misterios* (μυστήρια, *mistiria*). La religión de los griegos representaba este vínculo a través de diversos símbolos, de los cuales quizás el más importante es el que hace referencia al oráculo delfico, al que acudían los hombres jóvenes para escuchar la voz de la sibila, quien simplemente revelaba el destino que determinaría, sin duda, el actuar de cada uno hasta el fin de sus días (Πανσανίας, 2010, pág. 24)³. La manifestación divina del secreto exige una actitud previa de contemplación y abandono, ya que, de otra forma, si uno confía en su simple voluntad y en sus propias fuerzas, el secreto evitará manifestarse. Quien recibe el mensaje adquiere una nueva y más difícil responsabilidad, pues de él depende que los otros *entiendan*. Pero la barrera de los lenguajes históricamente constituidos y los contenidos que se adhirieron a estos con el paso del tiempo hacen de la

3 «...ταῦτα μὲν δὴ οὕτω γέγονε ἴστω τις: ἐν δὲ τῷ προνάῳ τῷ ἐν Δελφοῖς γεγραμμένα ἐστὶν ὡφελήματα ἀνθρώποις ἐς βίον». (“... así, pues, en el templo de Delfos estaba escrito el destino de la vida de los seres humanos”)

expresión divina algo inacomunicable. El sentido originario del mensaje se disuelve, en consecuencia, en una multitud de interpretaciones.

En el ámbito de la ética están contenidas las reglas que gobiernan el comportamiento de los seres humanos. Estas reglas son en apariencia muy claras, ya que están registradas a manera de leyes y códigos. Pero, cuando se piensa en el fundamento sobre el cual reposan todos los preceptos morales, se pone en duda la claridad de aquellas reglas, pues, aunque estas surjan de la convención, y, en último caso, de la imposición de la voluntad de un poder constituido, el pensamiento sobre lo bueno y lo malo y la reflexión sobre lo justo e injusto, requieren el apoyo de un principio que se encuentra más allá de la simple voluntad. La necesidad de fundamentación se convierte, por tanto, en un límite que los guardianes de las leyes intentan solucionar evocando algún principio supraterráneo. Es el caso de los códigos morales de origen religioso, donde el fundamento último de la moral proviene de Dios, y el de algunos intentos de fundamentación moral con pretensiones seculares (como las formulaciones éticas de Spinoza y de Kant), los cuales, de manera necesaria, conducen su reflexión hacia un fundamento inmaterial y eterno del orden moral. La ley, por lo tanto, se expresa desde las alturas, y requiere —de la misma manera que en la experiencia mística— un intérprete que cuente con el aval de la divinidad; y, así como en la vivencia mística el iniciado se enfrentaba al problema de la inacomunicabilidad de la expresión celestial (como en el caso del “caballero de la fe” de Kierkegaard), el guardián de la ley se enfrenta con la misma dificultad: la que surge cuando intenta justificar ante los otros un fundamento del orden legal. Por otra parte, las limitaciones del lenguaje son aún más evidentes cuando uno actúa guiado simplemente por *la voz de su corazón*, evadiendo los principios morales socialmente aceptados. Sófocles representa este sentido de lo inacomunicable en una de sus tragedias más famosas, específicamente en el momento en que su heroína, Antígona, entierra a su hermano, en detrimento del orden moral vigente y guiada por un mandato único, procedente de un poder cuyo origen resulta oscuro e indescifrable para aquellos que la juzgan y condenan (Σοφοκλεους, 1954, pág. 159)

Finalmente, la experiencia del arte es el ámbito donde se ponen en evidencia con mayor nitidez las limitaciones del lenguaje y del conocimiento conceptual. Las deficiencias del concepto, expuestas por la vivencia del arte, confirman el hecho de que hay lugares a los que la terminología científica no puede acceder, de que hay algo que permanece oculto para el lenguaje especializado. La primacía del arte radica en su capacidad para expresar, a través de imágenes bellas y precisas, los dominios ocultos de la realidad, pues aquello que revela es algo muy serio y profundo. Por medio del arte, el ser humano queda concentrado en el fondo de su existencia y, en este ejercicio de la atención, accede a la quietud, “no ya, es verdad, a la quietud ilusoria de la inactividad y del vacío del pensamiento, sino a aquella quietud infinita en la que todas las energías y todas

las relaciones están en actividad”⁴ (Heidegger, 1981, p. 22). Pero la experiencia del arte se enfrenta con la misma dificultad de los dos casos anteriores, pues la profundidad y la elevación de la vivencia del arte se colocan por encima del lenguaje convencional y, por este motivo, la experiencia estética se vuelve incomunicable.

La experiencia mística, el accionar ético y la vivencia del arte son los ámbitos en los cuales el lenguaje se enfrenta con sus propios límites, los que aparecen cuando aquello que se dice no puede ser puesto en común, no puede ser comunicado. No obstante, el encuentro del ser humano con el pensamiento de su propia existencia lo impulsa a buscar una solución a este abismo, originado en la imposibilidad de comunicar. Podría creerse que la solución consistiría en encontrar un código lingüístico común; pero la posesión del mismo código lingüístico no garantiza la superación de la incomunicabilidad, ni conocer el idioma del interlocutor garantiza la comprensión perfecta de lo que este dice (Ricoeur, 2004, pág. 11). En efecto, los términos de los cuales se conforman las lenguas naturales están atravesados de tantos contenidos, que primero habría que desvelar cada uno de estos hasta superar la brecha de la inadecuación. Es por esto que el problema tampoco se soluciona acudiendo a un esfuerzo de traducción.

¿Qué se entiende por traducción? Hay dos sentidos incorporados al acto de traducir: tomar el término “traducción” en el sentido estricto de la transferencia de un mensaje verbal de un idioma a otro, tratando de alcanzar la “adecuación de una lengua a otra”, como si se tratara de piezas de un rompecabezas, o tomar el término en un sentido amplio, como sinónimo de la interpretación de un todo significativo dentro de la misma comunidad lingüística (Ricoeur, 2004, pág. 20). Si bien, por un lado, la traducción posibilita el acercamiento del lector a la obra que no se encuentra en el propio idioma, por otro lado, la palabra traducida nunca será totalmente exacta ni tendrá la perfección de la palabra originalmente expresada, pues no hay traducción perfecta. Es aquí donde el problema de lo incomunicable adquiere una nueva forma: se convierte en imposibilidad de traducir, y la imposibilidad de la traducción se inscribe en un nuevo ámbito: lo intraducible. Lo intraducible se concibe como cierta resistencia que las mismas palabras presentan para ser traducidas (Ricoeur, 2004, pág. 11). Lo intraducible se halla presente en la vida cotidiana del ser humano, como aquello que no se logra entrever, pero que está siempre presente en las palabras de otro.

Parecería, por lo tanto, que la brecha se agrandara, y que todo esfuerzo por alcanzar la comprensión más clara de la expresión estuviera destinado al fracaso. Ya que el anhelo de superación de este límite aparece como una necesidad primordial del ser humano en su intento por entender el sentido de su propia existencia, parecería que la única solución se lograría al encontrar un

4 “*Er kommt darin zur Ruhe; freilich nicht zur Scheinruhe der Untätigkeit und Gedankleere, sondern zu jener unendlichen Ruhe, in der alle Kräfte und Bezüge regsam sind*” (Hölderlin, Friedrich, vgl. Den Brief an den Bruder vom 1. Januar 1799, III, 368 f., citado en Heidegger, 1981, p. 22)(texto original).

ámbito común donde tanto quien habla como quien escucha sean capaces de entenderse claramente, pero,
¿acaso existe un ámbito común de comprensión?

3. La búsqueda de un ámbito común de comprensión. La hospitalidad lingüística

Habitar en el mundo implica entender los límites del propio actuar, así como los modos en que las cosas se muestran a la mano para la acción, pero no solo eso: supone también la necesidad permanente de una comprensión correcta de lo expresado por otro con quien se comparte el mundo. El otro se presenta de manera ineludible y es imposible negar su existencia, pues está *ahí*, compartiendo el mundo que uno también comparte. El mundo es, por lo tanto, *un mundo en común*⁵ y la condición existencial del estar con los otros es la *coexistencia*⁶. Compartir el mundo con el otro es la condición necesaria para la comprensión (Heidegger M., 2006, pág. 26). Sin embargo, el simple compartir no asegura la comprensión, pues este compartir está atravesado de tantos y tan variados obstáculos que un acercamiento completo al otro parece complicarse hasta volverse imposible.

Cuando se habla de una comprensión perfecta, esta se concibe como el entendimiento claro y sin errores de lo expresado. Pero los sentidos profundos que se expresan en el lenguaje difícilmente serán comprendidos en un mundo donde la propia iniciativa, la vanidad y las interpretaciones (religiosas⁷, científicas, políticas, etc.) intentan reemplazar la voz de la expresión originaria.

La comprensión del otro está llena de dificultades, y estas dificultades se extienden también a la comprensión de uno mismo. De aquí que, tanto en sus años de formación como en su llegada a la madurez, se escuche al poseedor de la palabra repetir con vergüenza que *ni él mismo se entiende*. Es por esto que la comprensión de uno mismo, la famosa recomendación del γνῶθι σαυτὸν (conócete a ti mismo), constituye, desde la antigüedad, una de las primeras exigencias de la actividad filosófica (Πανσενίας, 2010, pág. 63)⁸. La comprensión de uno mismo tiene que ver con el hecho de que uno sabe con claridad cuáles son sus deseos y sus límites; sin embargo, ni de estos podría alguien estar completamente seguro, pues las aspiraciones y proyecciones que uno se plantea quedan muchas veces frustradas en contacto con un mundo lleno de penurias y obstáculos. La comprensión auténtica es, por tanto, una de las

5 *Mit-welt* (termino original)

6 *Mitdasein* (término original)

7 La interpretación religiosa, en su referencia constante a la tradición y a un gran número de principios que, según el deseo y voluntad de algunos hombres, fueron incorporados a la doctrina con el paso del tiempo, pierde de vista el principio místico que desborda todo intento individual de interpretación.

8 «...οὗτοι οὖν οἱ ἄνδρες ἀφικόμενοι ἐς Δελφοὺς ἀνέθεσαν τῷ Ἀπόλλωνι τὰ ἰδοόμενα γνῶθι σαυτὸν καὶ Μηδὲν ἄγαν». [...] «...estos hombres, llegando a Delfos, recibieron de Apolo estas indicaciones: “Conócete a ti mismo” y “Nada en demasía”.]

tareas más difíciles. Alcanzar la comprensión más perfecta, y evitar el extravío en la propia y personal interpretación, requiere una predisposición completa hacia la escucha. Es necesario, en esta búsqueda de comprensión, formular las preguntas adecuadas, las preguntas precisas. En realidad, no se trata de llegar a acuerdos sobre los objetos que forman parte del mundo, sino, más bien, de permitir que el otro se exprese libremente.

La figura más adecuada para reconocer la diferencia entre interpretación y comprensión, y para entender el papel de quien escucha y de quien es escuchado, es la alegoría del dueño de casa y su huésped. En efecto, el esfuerzo de la propia interpretación es el que hace el dueño de casa cuando, sin prestar atención a las palabras de su visitante, otorga el sentido que quiere a las palabras de este. En la comprensión, por el contrario, el dueño presta atención a lo que el otro tiene que decir, y si el dueño de casa no presta la debida atención a su huésped, no cumplirá su papel de *anfitrión*⁹, sino el de simple *propietario*¹⁰, y verá en el visitante un mero “objeto” del cual puede beneficiarse y no a alguien que tiene algo que decir.

El término “hospitalidad”¹¹ se refiere a la buena voluntad del anfitrión que recibe en su hogar a un huésped¹². En su primera conversación, el anfitrión y el huésped llegan a un acuerdo sobre las condiciones de la estadía, pero, si el huésped no se acopla a las reglas del hogar, será expulsado por el primero. De la misma manera, si el anfitrión se muestra desconfiado y áspero desde el inicio, el huésped buscará otro lugar para habitar. Si el huésped habla de una manera “difícil” (ya que puede venir de muy lejos), el anfitrión, en honor a la hospitalidad, *se dará un tiempo* hasta entender lo que el visitante desea expresar.

Así como el anfitrión se esfuerza por acoger y comprender a su huésped, la hospitalidad lingüística entraña un esfuerzo por comprender la voz de otro, cuyo lenguaje no siempre es familiar. La hospitalidad incluye tanto un esfuerzo de la atención como un acto de acogida, pues la sola atención no asegura la comprensión de *lo que se dice*. La acogida facilita el acercamiento del otro, quien se sentirá más libre y confiado para expresarse. La libertad de la expresión del huésped determinará, por lo tanto, por la claridad de la comprensión. Y así como solamente es posible comprender lo que otro dice cuando se presta atención y se hace un esfuerzo por acoger al otro, la comprensión de un texto (que no contiene otra cosa que las palabras de otro) será asequible si se escucha atentamente.

La lectura es uno de los momentos de expresión más acabados del lenguaje, y es el momento de correspondencia más perfecto entre el autor (esto es, tanto el poeta, como el pueblo al que el poeta representa) y el lector (es decir, quien actualiza con cada lectura la presentación del Ser que se expresa en el tiempo).

9 ἀμφιτρώωνας (término original)

10 οἰκοδεσπότης (término original)

11 Φιλοξενία (término original)

12 Φιλοξενούμενος (término original)

Pero, ¿cuál es la condición para que el texto y, con este, la voz del autor se expresen con claridad?

4. Aproximaciones fenomenológicas a la constitución del lector. La superación de lo incommunicable

Si existe un ámbito común de comprensión, donde el esfuerzo de la atención y el acto de acogida son consistentes con la práctica de la hospitalidad, este se halla en la lectura silenciosa. Entre los numerosos textos que se presentan ante el lector, hay un tipo en particular que expresa con mayor profundidad los problemas originarios de la existencia, se trata del texto poético.

La poesía es el medio a través del cual el Ser, que no es otra cosa que el mismo ser humano que habita un tiempo y un lugar, se expresa desde su interioridad y de forma auténtica. El lenguaje poético se eleva sobre el lenguaje riguroso de las ciencias y se sobrepone a las demás formas de comunicación lingüística. De esta manera, la poesía rompe con el predominio del concepto y devela, no solo la ambición, sino también la insensatez de la empresa científica en su permanente esfuerzo por apresar la realidad. La superioridad del lenguaje poético radica, por lo tanto, en el tipo de palabra que utiliza. Esto se produce porque la palabra poética es más diciente que cualquier otro tipo de palabra. La poesía, la forma de enunciado más pura y diciente, aparece como el acceso privilegiado para la comprensión de la existencia, y de su principio y fundamento más íntimo.

Así como la experiencia mística requiere un iniciado y el ámbito de la ética, un guardián de la ley, el texto poético necesita del “maestro del idioma”. El poeta posee una riqueza gigantesca, pues recoge las revelaciones más profundas de lo divino y de lo humano y las deposita en un texto. En esta actividad “pierde su tiempo”, hasta distinguir la palabra adecuada (Heidegger M. , 2006, pág. 23); y solo cuando ha reconocido el término más preciso, se atreve a escribirlo. Conoce el lenguaje y escribe la palabra apropiada para cada ocasión; para esto afina su oído, pues no son sus ojos, sino su oído el que le indica en cada caso el término correcto. En efecto, el poeta es quien tiene el talento, pero, sobre todo, el oído para escuchar con claridad. Así reaviva la voz originaria que parecía haber hecho silencio, como si se hubiese extinguido. La responsabilidad del poeta es mayor a la de cualquier otro ser humano porque es el encargado de escuchar la voz originaria del Ser para expresarla claramente, asentándola en el texto. El poeta tiene en sus manos una ineludible obligación, pues le corresponde a él, y solo a él, la tarea de recuperar aquello que permanecía oculto para el ojo riguroso del científico y del filósofo, hasta traerlo a la luz.

Pero el potencial expresivo de la poesía, que se asienta en el texto gracias a la intervención del poeta cumple su ciclo y se actualiza solamente en la lectura. En la lectura del poema, el espacio y el tiempo del autor se trasladan al espacio y al tiempo del lector. Esto ocurre porque en la obra poética la comprensión existencial del tiempo está muy lejos de ser entendida bajo la perspectiva de lo

cuantificable, es decir, como periodos diferenciados a través de una numeración exacta. El pasado vuelve en el sentido de la experiencia, cuando el lector silencioso se pierde en el tiempo del otro que se coloca frente a uno en la lectura. Cuando lector y autor se colocan frente a frente en el todo de la existencia, se anula la relación entre sujeto y objeto que sostuvo el pensar científico de la filosofía de Occidente. Por este motivo, los filósofos del Romanticismo escribieron acerca de un “sujeto puro de conocimiento”¹³ (Schopenhauer, 1977, pág. 257), esto es, un sujeto (*το ὑποκείμενο*) que ha renunciado a los conceptos y teorías que lo dirigían en su acercamiento al objeto del conocimiento (*το ἀντικείμενο*), y que ha negado su propia voluntad con el fin de vivir la experiencia desinteresada de la contemplación estética.

Pero, así como en el juego, solo quien está bien preparado y dispuesto es capaz de participar, en la lectura, solo quien verdaderamente “sabe leer” (y no cualquier lector mediocre) hace posible que el testimonio que yace dormido vuelva a despertar. La lectura silenciosa se diferencia de las formas científicas de estudio de un texto y es totalmente distinta de un análisis de la psicología del autor. Una aproximación fenomenológica a la obra de un escritor del pasado no tiene que ver con una reminiscencia de su vida, ni se reduce a un estudio de su biografía. La lectura silenciosa del poema revela un mundo y a un ser humano lleno de experiencias. No así la lectura en voz alta que, por centrar su atención en elementos secundarios como el tono, las gesticulaciones y la articulación de la voz, pierde de vista el momento primordial del mostrarse. Por este motivo, los maestros de la antigüedad tardía recomendaban a sus discípulos separar los elementos secundarios y quedarse con el asunto en cuestión, antes que los primeros los enternezcan y sean llevados por la corriente (Πλούταρχος, 2003, pág. 57). El mostrarse es posible solo para quien ha afinado correctamente el oído, es decir, solo para quien está dispuesto a escuchar. Escuchar no es lo mismo que callarse, porque el callarse es provocado por el temor que surge ante la reprimenda. Escuchar tiene que ver, más bien, con el momento previo del *hacer silencio*. Quien hace silencio tiene predisposición a la escucha. De esto dan cuenta los antiguos cuando alaban la capacidad de escuchar en detrimento de quienes no hacen más que hablar:

οὐς μὲν οὖν ἵππους οἱ καλῶς τρέφοντες εὐστόμους τῷ χαλινῷ, τοὺς δὲ παῖδας εὐηκόους τῷ λόγῳ παρέχουσι, πολλὰ μὲν ἀκούειν μὴ πολλὰ δὲ λέγειν διδασκομένους. Καὶ γὰρ τὸν Ἐπαμεινώνδαν ὁ Σπίνθαρος ἐπαινῶν ἔφη μῆτε πλείονα γινώσκοντι μῆτ' ἐλάττωνα φθεγγομένῳ ῥαδίως ἐντυχεῖν ἐτέρῳ. Καὶ τὴν φύσιν ἡμῶν ἐκάστῳ λέγουσι δύο μὲν ὧτα δοῦναι, μίαν δὲ γλῶτταν, ὥς ἐλάττωνα λέγειν ἢ ἀκούειν ὀφείλοντι. (Πλούταρχος, 2003, pág. 56)

13 “reinen, willenlosen Subjekts der Erkenntniß” (texto original)

[Pues así como los buenos jinetes colocan la brida correcta en la boca de los caballos, los buenos maestros enseñan a los jóvenes obedientes a usar la razón, enseñándoles a escuchar mucho, pero a hablar poco. De hecho, Spintharos, alabando a Epaminondas, dijo que no es fácil encontrar un joven que escuche mucho y que hable poco. También se dice que la naturaleza nos dio a cada uno de nosotros dos orejas y una lengua, pues se tiene que hablar menos de lo que se oye.]

Cuando se ha afinado el oído, se escucha con claridad. Sin embargo, quien no lo ha afinado correctamente se conforma con el ruido, y lo confunde con música.

Solo es posible una lectura silenciosa cuando se evita el ruido que distrae. El silencio apropiado para una lectura correcta no se consigue simplemente al cerrar la puerta, ya que puede existir aún mucho ruido en el propio interior. Y es en el interior donde la búsqueda de silencio se hace aún más difícil. Los prejuicios que guían la lectura son aún más ruidosos y distraen la atención del propósito final de la misma. De aquí que no todos lleguen a ser buenos lectores. El mal lector es el más común de los lectores, pues no se toma un tiempo para leer y hace simplemente lecturas apresuradas, lecturas rápidas. Como la lectura rápida es uno de los orígenes de la mala comprensión, el mal lector se apoya en los intérpretes para que lo ayuden a descifrar el significado oculto en el texto. Es lo que ocurre con los lectores veloces de numerosas obras, quienes apoyan su intelecto más en la cantidad de obras que han leído, que en la profundidad y el detenimiento con el que se han acercado a ciertas obras imprescindibles. El mal lector es, además, aquel que confía demasiado en su propio ingenio, y la confianza excesiva en su propia capacidad llega a tal punto que hace decir al autor cosas que este nunca pudo haber dicho.

La lectura silenciosa es una escuela de humildad. No hace falta que uno hable; uno simplemente se pone a escuchar. Solo en este momento el testimonio se revela con claridad, con una voz que habría sido imperceptible de haber existido ruido. Es entonces cuando se hace presente el autor de la obra. Pero el nombre del autor se vuelve insignificante y se disuelve en la obra que es actualizada en cada lectura. Porque si bien el nombre del autor puede generar un primer acercamiento del lector al texto, finalmente no es la voz de un autor, sino la voz del pueblo al que representa, la que adquiere actualidad por medio de la obra. De aquí que se conserven con gran cuidado hasta la actualidad obras anónimas de diferentes épocas, sin que la ausencia del nombre del autor afecte su valor.

El autor es la voz de su tiempo. Cuando se lee su obra, lo que aparece es todo un mundo, todo un “manantial de experiencias”, que se expresan a través de las palabras. Por la dificultad que tienen los lenguajes especializados para recoger y transmitir estas vivencias, las figuras de la literatura, como el símil, la metáfora o la hipérbole se convierten en los accesos adecuados para la expresión de la realidad. Y si bien el autor queda subordinado frente a la obra, esto no significa que sea completamente anulado. El autor es el representante de un mundo, del que también forma parte y que se expresa a través de su voz.

El autor se asemeja a los profetas de la antigüedad, ya que ha sido escogido para llevar un mensaje que con dificultad será oído por sus contemporáneos (Heidegger M. , 2006, pág. 24). A pesar de esta dificultad, nunca le faltarán quienes estén dispuestos a escuchar con detenimiento lo que tiene que decir. En la lectura silenciosa, autor y lector dialogan entre sí. Las brechas existentes en los ámbitos de formación del lenguaje son solucionadas en la lectura silenciosa del poema y, unánimemente con esto, se elimina la brecha de la incomunicabilidad.

5. Conclusión

La realidad desborda los límites en que el científico quiere encerrarla por medio de la teoría y el concepto. En efecto, la realidad se vuelve incomprensible para quien pretende estudiarla a partir del modelo dual que separa al sujeto del objeto, y para quien intenta “atraparla” por medio de conceptos y categorías. Además, la confianza que el ser humano depositó en el lenguaje, con el cual creyó en una aparente estabilidad y se colocó por sobre todas las demás especies, se desmorona cuando este intenta comprender los problemas más profundos, aquellos que están relacionados con su propia existencia.

La mística, la ética y la estética son los ámbitos de la experiencia ante los cuales el lenguaje muestra sus limitaciones y la debilidad de sus recursos. Si bien el iniciado, el guardián de la ley y el artista pueden acceder a la realidad oculta en estos ámbitos de la experiencia, la dificultad más grande surge cuando tratan de hacerse entender por el resto. Esta dificultad radica en la brecha de lo incomunicable.

Aunque la comprensión es difícil para quien no vacía la mente de intereses y prejuicios, no obstante, hay una permanente aspiración propia del ser humano para alcanzar la comprensión más adecuada, y, en el caso de los textos, más acorde con lo que el autor intentó expresar. Llegar a esta comprensión requiere de *tiempo* y la disposición para comprender. Es aquí donde aparece la hospitalidad como un esfuerzo de la atención y un acto de acogida. En la hospitalidad lingüística la libertad de la expresión del huésped determinará la comprensión de aquel que escucha, del anfitrión. El diálogo establecido entre el huésped y el anfitrión es la imagen que ilustra la relación del lector con la obra. En efecto, si hay un ámbito común de comprensión, este se halla en la lectura, y, en particular, en la lectura silenciosa del poema.

Por la dificultad que tienen los lenguajes especializados para recoger y transmitir estas vivencias, las figuras de la literatura, como el símil, la metáfora o la hipérbole se convierten en los accesos adecuados para la expresión de la realidad. A diferencia del lenguaje científico, que simplemente “usa” el lenguaje, el lenguaje poético “juega” con él (Gadamer, 1990, pág. 107). En el lenguaje especializado uno “habla” el lenguaje, mientras que en el lenguaje poético el lenguaje “habla a través de uno”.

El autor es la voz de su tiempo. Cuando se lee su obra, lo que aparece es todo un mundo, todo un “manantial de experiencias”, que se expresa a través de las palabras. El nombre del autor puede generar un primer acercamiento del lector al texto, pero, finalmente, no es la voz de un autor, sino la voz del pueblo al que representa, la que adquiere actualidad por medio de la obra. De aquí que se conserven con gran cuidado hasta la actualidad obras anónimas de diferentes épocas, sin que la ausencia del nombre del autor afecte su valor. Si bien el autor queda subordinado frente a la obra, esto no significa que sea completamente anulado. El autor es el representante de un mundo que se expresa a través de su voz, de un mundo del que también forma parte.

En la lectura, la poesía adquiere constante actualidad. Quien lee lo transmitido por escrito atestigua y realiza la pura actualidad del pasado (Gadamer, 1990, pág. 216). A través del testimonio, el otro sigue diciendo algo, aunque el mundo al que habla sea completamente distinto. Pero, así como en el juego, solo quien está bien preparado y dispuesto es capaz de participar, en la poesía solo quien verdaderamente “sabe leer” (y no cualquier lector mediocre) hace posible que el testimonio que yace dormido se despierte. El poeta se asemeja a los profetas de la antigüedad, ya que ha sido escogido para llevar un mensaje que con dificultad será oído por sus contemporáneos (Heidegger, 1981, pág. 24). A pesar de esta dificultad, nunca le faltarán quienes estén dispuestos a escuchar con detenimiento lo que tiene que decir.

En la poesía, la realidad se muestra con su rostro más claro, imposible de alcanzar para quien hace uso de simples conceptos. A través del lenguaje poético se expresa “lo que hay de más puro y de más abscóndito, tanto como lo más confuso y lo más común” (Heidegger, 1981, pág. 37)¹⁴. Quien ha renunciado a los prejuicios que entorpecen la comprensión, quien ha renunciado al ruido, es capaz de alcanzar la claridad de lo expresado. Es aquí, por lo tanto, donde se rompe la brecha de lo incommunicable.

Referencias bibliográficas

- Blanchot, M. (1973). *La ausencia del libro. Nietzsche y la escritura fragmentaria*. Ediciones Calden, Buenos Aires
- Gadamer, H. (1990). *Wahrheit und Methode*. Tübingen. J.C.B. Mohr.
- Heidegger, M. (1981). *Erläuterungen zu Hölderlins Dichtung*. Vittorio Klostermann. Frankfurt am Main
- Heidegger, M. (2006). *Sein und Zeit*. Tübingen. Max Niemeyer.
- Heidegger, M. (2008). *Κτίζειν, Κατοίκεν, Σκέπτεσθαι*. Αθήνα. Εκδόσεις Πλέθρον
- Nietzsche, F. (1976). *Unzeitgemäße Betrachtungen*. Stuttgart. Alfred Kröner Verlag.
- Πανσανίας (2010). *Εργα*. Αθήνα. Κάκτος.

14 “In ihr kann das Reinste und das Verborgenste ebenso wie das Verworrene und Gemeine zu Wort kommen”. (texto original Heidegger, 1981)

- Πλούταρχος (Plutarco). (2003). *Ισις και Οσίρις*, Αθήνα, Εκδοσεις Ζητρος.
- Ricoeur, Paul (2004). *Sur la traduction*. Paris. Bayard
- Σοφοκλεους (Sófloces). (1954). *Τραγωδία*. Αθήνα. Εκ του τυπογραφείου Παρασκευά Λεώνη.
- Schopenhauer, A. (1977). *Die Welt als Wille und Vorstellung I*. Zurich. Diogenes Verlag
- Wittgenstein, L. (2018). *Tractatus Tractatus Logico-Philosophicus. Logisch philosophische Abhandlung*. London. Paul Kegan Ed.

Intertextualidade e cultura material: um estudo de narrativa ficcional audiovisual contemporânea

Intertextuality and material culture: a study of a contemporary audiovisual fictional narrative

Intertextualidad y cultura material: un estudio de narrativa ficcional audiovisual contemporánea

Fernanda Elouise BUDAG

Universidad de Oviedo / heviaisabel@uniovi.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Informe, pp. 349-366)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 07-07-2017 / Aprobado: 10-06-2019

Resumo

Apresentamos neste espaço uma síntese/recorte dos principais resultados finais de nossa tese de doutorado, que assumiu como objeto empírico um produto televisivo, a série norte-americana *Once upon a time*. De forma subjacente, ao longo de todo o estudo, buscamos contribuir teórica e metodologicamente com a pesquisa de textos televisuais. Com cerne na dimensão discursiva, nosso objetivo foi investigar como opera a intertextualidade (Kristeva, 2012; Fiorin, 2003) na construção narrativa dessa série contemporânea. Para tanto, adotamos uma metodologia que caminha do plano verbal ao imagético. Sendo a narrativa em foco dividida em dois textos diegéticos distintos, entre os resultados mais singulares da investigação destacamos que enxergamos nos objetos cênicos os seus grandes articuladores intertextuais.

Palavras-chave: comunicação; televisual; linguagem; discurso; intertextualidade

Abstract

We present in this space a synthesis/clipping of the main final results of our doctoral thesis, which took as empirical object a television product, the american series *Once upon a time*. Underlying, throughout the study, we seek to contribute theoretically and methodologically to the research of television texts. Focusing on the discursive dimension, our objective was to investigate how intertextuality works (Kristeva, 2012; Fiorin, 2003) in the narrative construction of this contemporary series. For this, we adopt a methodology that goes from the verbal to the imagetic plane. Being the narrative in focus divided into two distinct diegetic texts, among the most singular results of the investigation we emphasize that we see in the scenic objects its great intertextual articulators.

Keywords: communication; televisual; language; speech; intertextuality

Resumen

Presentamos en este espacio una síntesis/recorte de los principales resultados finales de nuestra tesis doctoral, que asumió como objeto empírico un producto televisivo, la serie norteamericana *Once upon a time*. De forma subyacente, a lo largo de todo estudio, buscamos contribuir teórica y metodológicamente con la investigación de textos televisivos. Con el núcleo en la dimensión discursiva, nuestro objetivo fue investigar cómo opera la intertextualidad (Kristeva, 2012, Fiorin, 2003) en la construcción narrativa de esta serie contemporánea. Para eso, adoptamos una metodología que camina del plano verbal a lo imagético. Siendo la narrativa en foco dividida en dos textos diegéticos distintos, entre los resultados más singulares de la investigación destacamos que vemos en los objetos escénicos sus grandes articuladores intertextuales.

Palabras clave: comunicación; televisual; lenguaje; discurso; intertextualidad

1. Introdução

O produto televisivo que corresponde a nosso objeto empírico de estudo consiste na série ficcional televisiva norte-americana intitulada *Once upon a time* (2012). Desenvolvida na atualidade e ainda em andamento, chamou-nos a atenção porque, entendendo que delinea o imaginário de uma época, despertou-nos o questionamento: operando intertextualmente, que imaginário seria este? Afinal, a série faz uso de inúmeras referências a diversos textos culturais, especialmente contos de fada, ao mesmo tempo em que mescla essas referências introduzindo novas relações e explicações aos contos originais, e ainda propõe uma releitura e transposição para o contexto real e atual.

Em breve mapeamento, percebemos atualmente muitas produções no cinema trabalhando explicitamente com esse universo fantástico e propondo releituras dele. Uma vez que têm sido recorrentes essas recriações de obras preexistentes de contos maravilhosos, parece-nos que esses contos podem funcionar como um porto seguro para os atuais sujeitos que vivem na contemporaneidade, cujo passado foi “destruído” nos anos 1990¹, aspecto situado pelo historiador britânico Eric Hobsbawm (1995) ao analisar o “Breve Século XX” e elencar as diferenças de seu final (1991) em relação a seu início (1914). Nesses termos, concluímos a justificativa de pertinência do estudo proposto. O estudo do discurso para entender a sociedade, seu tempo e lugar.

Nesse ponto, dialogamos com a perspectiva do materialismo cultural, formulada pelo teórico dos Estudos Culturais Raymond Williams (1979), que consiste em uma abordagem para se estudar a cultura, enxergando-a como significados e valores de uma sociedade e entendendo todas as formas culturais como produtoras e reprodutoras de significados e valores. É, antes, uma metodologia para se estudar a interrelação entre obra e sociedade, segundo a qual as produções culturais são materializações dos valores de uma sociedade, formas de dar visibilidade ao que pensamos socialmente. Nesse sentido, tanto quanto descortinamos a obra na sociedade, descortinamo-la na obra. Sendo os produtos culturais formas de construção da hegemonia, entendê-los passa a ser fundamental para uma postura/ação crítica a ela, argumento este que se mostra como mais uma validação para a realização deste estudo. Ainda que nosso interesse esteja no produto em si, o transbordamento para esse olhar para a sociedade é inevitável. É ao mesmo tempo fator movente de nossa pesquisa e sua razão de ser.

1 “No fim deste século [XX], pela primeira vez, tornou-se possível ver como pode ser um mundo em que o passado, inclusive o passado no presente, perdeu seu papel, em que velhos mapas e cartas que guiavam os seres humanos pela vida individual e coletiva não mais representam a paisagem qual nos movemos, o mar em que navegamos. Em que não sabemos aonde nos leva, ou mesmo aonde deve levar-nos, nossa viagem.” (Hobsbawm, 1995, p. 25).

2. Sobre o objeto empírico de estudo

Conforme já situado, nosso objeto empírico corresponde à série ficcional televisiva norte-americana *Once upon a time* (2012) (ou OUAT na abreviação usada por fãs), que estreou na rede de televisão ABC em outubro de 2011 e está atualmente (segundo semestre de 2017) em sua sexta temporada. *Once upon a time* é uma cocriação de Adam Horowitz e Edward Kitsis, ambos escritores/roteiristas de séries de TV norte-americanas e produtores de televisão. Trabalharam juntos como escritores em várias séries de TV anteriores, com destaque para *Lost* (2004-2010), que foi a de maior repercussão e para a qual escreveram conjuntamente alguns episódios.

Assim como *Lost*, *Once upon a time* é construída a partir da inserção de informações vinculadas a outros textos culturais de forma intencional, promovendo um desafio para os espectadores embarcarem em um “jogo” de caça a pistas, vestígios e referências entre os episódios. Nos primeiros *posts* publicados no site oficial da série hospedado junto ao site da ABC é possível ver o quanto a série incita de fato aos espectadores para que vasculhem os episódios em busca de intertextos, referências e citações/alusões². Fato que, para nós, parece reforçar a pertinência de nossa perspectiva sobre esse produto a partir da noção de intertextualidade.

A narrativa da primeira temporada de *Once upon a time* (o recorte que compõe nosso *corpus* de análise) tem início no espaço-tempo do Reino Encantado, na ocasião do casamento de Branca de Neve e Príncipe Encantado. A cerimônia é interrompida com a chegada da Rainha Má e seu anúncio sobre uma grande maldição que deslocará todos os personagens dos contos para uma nova terra, sem magia, em que não teriam finais felizes e viveriam outras vidas, sem suas memórias enquanto protagonistas de histórias fantásticas: o Mundo Real. Desse modo, a partir do momento em que a maldição é lançada, os personagens estão todos em outro espaço-tempo, em uma cidade litorânea chamada Storybrooke – cidade fictícia do Maine, estado ao nordeste dos Estados Unidos de América.

Com a concretização do feitiço, todos os personagens são então transportados para Storybrooke, perdendo suas memórias e identidades de personagens de contos de fada. Com exceção de Emma, recém-nascida, filha de Branca de Neve e Príncipe Encantado, que foi colocada em um armário mágico que a conduziu ao Mundo Real antes da maldição, protegendo-a. Emma, portanto, hoje, 28 anos depois, é a única que pode quebrar o encanto e restaurar lembranças e identidades de todos e, ainda, libertá-los, pois, eles não percebem, mas estão presos na cidade; sempre que algum deles tenta sair, algo acontece para impedir.

Sem saber de nada disso, contudo, Emma mora em Boston e, no dia de seu aniversário de 28 anos, recebe a visita de Henry Mills, seu filho biológico que

2 Ver exemplo representativo em: Dove, S. (5 dez. 2011c). Storybrooke Secrets: The Shepherd. Recuperado de <http://abc.go.com/shows/once-upon-a-time/news/storybrooke-secrets/secrets-episode-106-the-shepherd>.

ela deu para adoção logo após o nascimento. O menino, de 10 anos, desconfia de toda essa maldição – lançada pela Rainha Má, que é Regina Mills, mãe adotiva de Henry no Mundo Real da série –, e possui um livro de histórias (*Once upon a time*) que acredita conter a chave para quebrá-la. Por isso, apareceu para pedir a ajuda de Emma, pois crê que ela seja a filha de Branca de Neve destinada a dar um fim a esse feitiço. Emma conduz Henry de volta a Storybrooke, fica intrigada com a relação dele com Regina e permanece na cidade. O menino, então, passa a temporada tentando convencer Emma sobre toda essa história de feitiço e o importante papel dela como grande salvadora dos personagens; até que, finalmente, ela acredita e dá fim ao encanto no último episódio da temporada.

O grande foco está no Mundo Real e na quebra da maldição, mas, em verdade, a narrativa da série avança alternando-se entre os textos das duas dimensões espaço-temporais. Na quase totalidade dos episódios há dois enredos paralelos que se intercalam na tela: um que se passa em Storybrooke (o Mundo Real da série), geralmente no tempo presente seguindo o enredo exposto, e outro que se passa, em *flashback*, no Reino Encantado da série, comumente com um foco central em um conto de fadas e em um momento passado da vida de um personagem antes da maldição.

3. Procedimentos metodológicos

Para a nossa investigação como um todo (que resumimos aqui), em termos de procedimentos metodológicos, a fim de alcançarmos o objetivo proposto (entender os modos como a narrativa televisual contemporânea se constitui através da estratégia de intertextualidade), apostamos em uma metodologia combinada, que associa mais de uma técnica de aproximação ao *corpus* da pesquisa. Metodologicamente, nossa análise do *corpus* se desdobra em dois planos que nos são centrais: o plano do discurso (na esfera do verbal) e o plano da imagem.

No plano do discurso, assumimos o conceito de intertextualidade (Kristeva, 2012; Fiorin, 2003) como instrumental para a desconstrução da narrativa e do discurso, uma vez que a série se constrói retrabalhando textos de clássicos contos de fada e de outros produtos culturais. Desse modo, nós desconstruímos a série, levantando os contos com os quais ela trabalha, identificando os sentidos (novos ou não) que os contos ganham no Reino Encantado da série e em seu Mundo Real e assinalando o modo de construção narrativa da série a partir dos contos mobilizados.

Em seguida, partimos para o segundo plano da análise, o imagético. Aqui, inspiramo-nos em método de análise audiovisual proposto por Sarah Pink (2008), pesquisadora inglesa, cuja análise da imagem de um texto cultural compreende três etapas. Primeiro, entender o objetivo e a origem do texto cultural em questão. Segundo, identificar o contexto sociocultural mais amplo em que as imagens do texto são produzidas – compreende identificar conexões

entre as práticas representadas no texto e o macrocontexto em que emergem essas práticas. Terceiro, analisar os significados das imagens do texto.

Empreendemos, portanto, tal trajeto sugerido por Pink (2008) e, mais especificamente, fazemos um mapeamento de cenas de *Once upon a time* para apresentar como elas se constroem intertextualmente. Tendo identificado que, além dos personagens, são determinados objetos que promovem a intertextualidade imagética da série, partimos para um garimpo antropológico pela narrativa, buscando os objetos articuladores das relações intertextuais internas e externas.

Com tal combinação metodológica, acreditamos dar conta do estudo a que nos propomos de exploração da intertextualidade de uma narrativa complexa. Ainda que não fosse nossa pretensão, a certo modo, cremos ter construído um percurso metodológico que tem potencial para ser replicado para outros objetos empíricos de estudo no campo do televisual. De todo esse caminho metodológico percorrido, apresentamos agora os principais resultados alcançados; primeiro no plano discursivo e, na sequência, no plano imagético.

4. Intertextualidade no plano discursivo

Kristeva (2012), discutindo o conceito de dialogismo de Bakhtin (2011), alcança o conceito de intertextualidade; que estaria para o texto assim como o dialogismo para o enunciado. Segundo a noção de intertextualidade em Kristeva, “[...] a palavra (o texto) é um cruzamento de palavras (de textos) onde se lê, pelo menos, uma outra palavra (texto)” (Kristeva, 2012: 141). Ou, nas palavras de Fiorin, “a intertextualidade é o processo de incorporação de um texto em outro, seja para reproduzir o sentido incorporado, seja para transformá-lo” (Fiorin, 2003, p. 30).

Com base no exposto, o mesmo autor classifica o que chama de três processos de intertextualidade (Fiorin, 2003: 30): citação, alusão e estilização. Na *citação*, um texto faz referência o outro confirmando ou não o sentido do texto citado, geralmente fazendo uso das mesmas palavras. Já na *alusão*, não são citadas literalmente as mesmas palavras do texto, mas ocorre uma reprodução do tema figurativizado de outra forma, mantendo o mesmo sentido (relação contratual) ou construindo um novo sentido (relação polêmica). Por fim, na *estilização*, há a reprodução do *estilo* do discurso alheio.

A partir do quadro teórico apresentado em torno da noção de intertextualidade, vemos nitidamente em *Once upon a time* o seu emprego enquanto técnica de construção da narrativa. Percebemos que ela opera essa intertextualidade de diversas formas, em momentos distintos, usando de diferentes tipos de textos-fonte. Em uma primeira camada, percebemos que há uma intertextualidade com textos-fonte externos à série, que chamamos de intertextualidade externa: (1) quando faz referência a contos de fada clássicos no Reino Encantado de *Once upon a time*; (2) quando faz referência a estes mesmos contos de fada clássicos no Mundo Real de *Once upon a time*; e (3) quando faz

referência a outros textos culturais diversos, geralmente textos midiáticos em ambos os mundos da série. Já em uma segunda camada, identificamos que há ainda um trabalho intertextual com textos-fonte internos à série, o qual chamamos de intertextualidade interna. Ou seja, o texto de um dos universos da série faz referência ao texto do outro universo da série. Tal referência ocorre no plano verbal, como mostramos ao longo deste tópico, e ocorre também no plano imagético, quando objetos do Reino Encantado figuram no Mundo Real, como anunciamos em tópicos mais adiante.

As situações de intertextualidade que trabalham com a incorporação dos contos fantásticos e com as menções de um mundo da série no seu outro mundo são as que nos interessam mais de perto. Atemos, portanto, nossa análise a elas, mas sempre sinalizando, quando pertinente, a intertextualidade construída a partir de outros textos que não os contos de fada.

Outra notação importante a fazermos ainda diz respeito aos contos de fada enquanto textos-fonte da intertextualidade, mas se refere à *forma* como a série os insere em seu texto. Notamos que, primordialmente, cada episódio de *Once upon a time* individualmente incorpora elementos de apenas um conto de fadas central em particular. Contudo, enxergamos que, em meio ao trabalho com o conto central em questão, a série introduz referências a outros contos nesse mesmo episódio.

Enfim, retomando e ratificando, no que concerne à intertextualidade discursiva, em síntese, identificamos diversos tipos de textos-fonte (internos e externos), dois momentos em que ela acontece e dois modos como que ela se dá. Em relação aos *tipos de texto-fonte* a que *Once upon a time* faz referência, de maneira ampla, há os textos externos e os textos internos à série. Detalhando um pouco mais, há os contos de fada (intertextualidade externa), há outros textos culturais que não os contos de fada (intertextualidade externa) e há o texto interno da própria série (intertextualidade interna). Em relação aos *momentos* em que essa intertextualidade acontece, podemos dizer que ocorre em dois tempos distintos: no Reino Encantado e no Mundo Real da série. Já quanto ao *modo* como a série trabalha os textos externos (contos de fada), pode ser individualmente em um episódio específico dando novos sentidos (ou não) a cada um dos contos, ou mesclando dentro do trabalho central com um conto citações a outros contos.

Em virtude de espaço, vamos ilustrar com apenas uma amostra representativa como se dá toda essa construção intertextual no plano discursivo da série, evidenciando o entrelaçamento de variados textos. Apresentamos, pois, duas situações. Primeiro, o trabalho individual com um conto de fadas em particular que a série referencia, ilustrando com a história de *Cinderela/A Gata Borralheira*. Segundo, o complexo entrelaçamento de referências que combinam textos (contos de fada e demais produções culturais) no texto da série em um mesmo episódio, o 4º episódio, que trabalha de forma central a história de *Cinderela/A Gata Borralheira*, mas vai mesclando e inserindo outras referências.

5. Ilustração do trabalho intertextual com um conto: *Cinderela/A Gata Borralheira*

Cinderela é, originalmente, obra do escritor francês Charles Perrault (*A Gata Borralheira*), datada de 1697 (Perrault, 2013, p. 44-59). No Reino Encantado de *Once upon a time*, a história construída a partir do texto de *Cinderela* inicia com Cinderela trabalhando como serviçal e recebendo a visita de sua Fada Madrinha que está prestes a ajudar a moça a ir ao baile e mudar a sua vida. Porém, Rumpelstiltskin aparece e mata a Fada antes que ela faça a magia. A moça, então, suplica para que Rumpelstiltskin a ajude a sair de sua triste e pobre condição. Ele a ouve e alerta que ela ficará devendo um favor a ele. Ela, imaginando que o favor se refere a joias ou algo semelhante, aceita o acordo. Avançando na narrativa, Cinderela se casa com o Príncipe Thomas e, no dia do casamento, Rumpelstiltskin aparece e revela que o trato consiste em ela entregar a ele o seu primogênito. Passado um tempo, Cinderela, grávida, relata a seu marido todo esse acordo, e o Príncipe afirma que proporá um novo trato a Rumpelstiltskin. O casal segue às minas, ao encontro do Anão Zangado e de Príncipe Encantado, que explicam os detalhes de como Cinderela deve proceder para que prendam Rumpelstiltskin. E assim ela o faz: Cinderela, mentindo, declara a Rumpelstiltskin que o anão Mestre ouviu dois corações, ou seja, ela está grávida de gêmeos e, alegando a pobreza do Reino para sustentar uma criança, deseja dar também o segundo bebê a Rumpelstiltskin em troca de ele deixar as terras do Reino férteis novamente. Para tanto, bastaria Rumpelstiltskin assinar o contrato, com a pena que Fada Azul enfeitiçou, capaz de congelar e retirar a magia de quem a usa. Ele assim o faz: assina, congela e é preso. Mas a felicidade de Cinderela dura poucos instantes: ela sente-se tonta, o Príncipe Thomas busca água para ela e não retorna. A moça questiona Rumpelstiltskin sobre o que ele fez; ao que ele responde: “*Vocês não o acharão [Príncipe Thomas] até a dívida ser paga, até o bebê ser meu. Ficarei com seu bebê nesta vida ou em outra*”.

Já no Mundo Real da série, a história construída a partir do texto de *Cinderela* inicia com Emma encontrando a personagem que estaria na função de “gata borralheira”, Ashley, que está grávida e trabalhando na lavanderia da hospedaria da Vovó. Após conversa com Emma sobre todos terem a possibilidade de mudar suas vidas, Ashley foge. Na sequência, Sr. Gold procura Emma porque tem uma proposta para fazer a ela: quer a ajuda dela para encontrar Ashley, pois, segundo ele, a menina o roubou. Investigando, na busca pelo ex-namorado de Ashley, Sean Herman, que a abandonou ao saber que estava grávida, Emma encontra o pai do garoto, o qual revela que fechou um acordo com Sr. Gold: Ashley dará a criança ao Sr. Gold em troca de dinheiro. Emma, enfim, encontra Ashley, à beira da estrada, já em trabalho de parto, afirmando que quer ficar com o bebê. Emma leva a moça ao hospital, onde Ashley dá à luz uma menina. Quando Sr. Gold chega ao hospital em busca da criança, Emma o interpela afirmando que

ela ficará com a mãe. Ele retruca dizendo que Emma lhe deverá um favor por essa troca. Ao final, Sean visita Ashley no hospital, e eles retomam o romance.

6. Ilustração do entrelaçamento de textos em um mesmo episódio: 4º episódio

Nesse momento, para evidenciarmos de fato a grande estratégia intertextual adotada por *Once upon a time* no plano discursivo, apresentamos o trabalho intertextual de cruzamento de diversos textos (contos de fada e outros) em um mesmo episódio, o quarto da primeira temporada (*The price of gold*). Vamos indicando *quais* os textos com que a série interage, de *que modo* e com *que tipo* de relação intertextual.

No episódio em questão, a cena em que, no Reino Encantado da série, Rumpelstiltskin usa de magia para ajudar Cinderela a ir ao baile e melhorar de vida remete ao original *Cinderela/A Gata Borralheira* (Grimm, 2005, p. 55-61), em que a Fada Madrinha também melhora as condições de vida da mocinha. Nessa mesma ocasião, ele é questionado pela menina sobre os sapatos serem de cristal, consistindo novamente numa relação intertextual de alusão aos sapatos de cristal da história original de *Cinderela/A Gata Borralheira*. Aliás, Rumpelstiltskin ajudar Cinderela a mudar sua condição de oprimida e exigir um pagamento em troca é uma alusão ao conto original homônimo do duende Rumpelstiltskin (Grimm, 2005, p. 297-299). Por sua vez, como tanto no Reino Encantado quanto no Mundo Real o pagamento que Rumpelstiltskin/Sr. Gold pede em troca de favor é a entrega do bebê de Cinderela/Ashley, aqui há uma relação intertextual interna entre os espaços-tempos da série. E assim como ele não consegue o que quer ao final da trama do quarto episódio na dimensão do Reino Encantado, Sr. Gold também não logra ao final no Mundo Real. Essa questão da dívida com o bebê que Cinderela não entregou a Rumpelstiltskin no Reino Encantado ser deslocada para o outro espaço-tempo é confirmada por dois discursos de Rumpelstiltskin nesse mesmo episódio: “*Ninguém desfaz meus acordos, queridinha. Ninguém. Não importa onde esteja, não importa em que terra se encontre, garanto que terei seu bebê*” e “*Neste mundo ou no outro, Cinderela, ficarei com seu bebê!*”

Ainda, um texto que sofre recorrência intertextual constante na série é o jargão cunhado por Rumpelstiltskin: “*toda magia tem um preço*”. Uma das primeiras vezes que aparece é na fala deste mesmo personagem antes de conceber o desejo de Cinderela no Reino Encantado no quarto episódio. Depois, é citado em muitos outros momentos ao longo da temporada. Ainda no mesmo quarto episódio, é citado: (1) por Cinderela no Reino Encantado: “*Mas deveríamos usar magia? Ela é a causa dos nossos problemas. E se esta magia tiver um preço?*”; e (2) por Rumpelstiltskin novamente: “*Porque ambos sabemos que toda magia tem seu preço. E se fosse usá-la para, digamos, me aprisionar, sua dívida ficaria maior ainda*”. Seguindo, no oitavo episódio (*Desperate souls*) o velho mendigo

(agora revelado como Zoso) diz a Rumpelstiltskin após este roubar a adaga daquele: “A magia sempre tem um preço. E agora é a sua vez de pagar”. Já mais ao final da temporada, no 21º episódio (*An apple red as blood*), Sr. Gold alerta Regina: “Fez magia com magia? Sei que não preciso lembrá-la que toda magia tem seu preço”. Portanto, enquadra-se como intertextualidade interna à série, tanto no mesmo mundo quanto de um mundo a outro.

Por fim, ainda no quarto episódio, no espaço-tempo de Storybrooke, Regina menciona que Emma morou dois anos em Tallahassee; trata-se de uma referência ao episódio *The man from Tallahassee*, de *Lost* (Dove, 2011a), intertextualidade externa de um texto cultural que não é conto de fada.

7. Intertextualidade no plano imagético: a composição de cenas

Procuramos apresentar agora como a intertextualidade aparece em *Once upon a time* também através da imagem. A imagem, defendemos, é mais uma esfera em que a intertextualidade se deixa perceber. Ou, em outros termos, da perspectiva da produção desse produto cultural, também o campo imagético é construído intertextualmente. Tal construção, mais uma vez, ocorre por meio de citação/alusão de um universo a outro e/ou de um texto externo à série.

Once upon a time não pode ser considerada imediatamente uma obra que obedece à estética da intervenção (com sua respectiva intertextualidade pós-modernista) aos moldes literais com que propõe Araujo (2007). Contudo, defendemos que há, sim, um trabalho intertextual em seu plano imagético. Porém, ele não se dá via estilização, e, sim, via citação ou alusão de outras imagens (Fiorin, 2003). Ou melhor, a *construção de suas imagens* se dá a partir da citação ou alusão de imagem-base anterior.

Assim, identificamos múltiplas intertextualidades imagéticas na série em estudo, das quais selecionamos algumas centrais para esta amostra. Na ordem das citações, em uma primeira camada, vemos a série citando a construção imagética da cena do conto original (ou da versão em filme do conto) e, em uma segunda camada, vemos o Mundo Real da série citando a construção imagética de seu Reino Encantado. Ilustramos essa urdidura intertextual da imagem com o conjunto de figuras a seguir (Figura 1, Figura 2 e Figura 3) que fazem todas referências ao desmaio de Branca de Neve após comer a maçã.

Figura 1 – Desmaio de Branca de Neve na versão Disney



Fonte: Branca de Neve e os sete anões, 1937.

Figura 2 – Desmaio de Branca em OUAT



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (21o episódio).

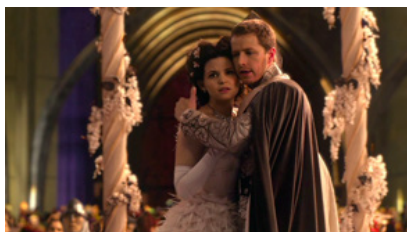
Figura 3 – Desmaio de Henry em OUAT



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (21o episódio).

Agora, sobre o caminho intertextual no plano imagético interno à série, conseguimos notar seu Mundo Real citar a construção imagética de seu Reino Encantado. Num primeiro momento, essa citação se dá sobretudo para *marcar a transição de cena que vai de um espaço-tempo a outro*. Por esse motivo, um primeiro tipo de citação direta e literal acontece com o livro de histórias de Henry, no espaço-tempo de Storybrooke, mostrando ilustração de evento do universo paralelo dos contos de fada. Como nas imagens: Figura 4 e Figura 5.

Figura 4 – Casamento de Branca em OUAT



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (1o episódio).

Figura 5 – Casamento de Branca em OUAT

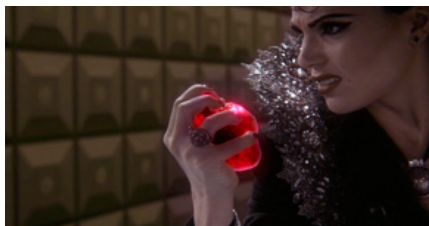


Fonte: *Once upon a time*, 2012 (1o episódio).

Ainda na camada intertextual interna de um universo ficcional a outro da narrativa da série, mas à parte desse tipo de citação literal apresentada, há também as *alusões* imagéticas. Elas acontecem quando as imagens não referenciam exatamente o mesmo personagem e a mesma cena, mas, sim, suas

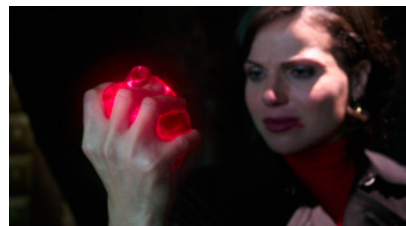
contrapartes em construção de cena próxima a da outra no outro mundo que é aludido. Por exemplo, na seguinte dupla de imagens: Rainha Má apertando coração de Caçador no Reino Encantado (Figura 6) e sua alusão em cena de Regina esmagando coração de Graham no Mundo Real (Figura 7).

Figura 6 – Rainha Má e coração, Reino Encantado



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (7o episódio).

Figura 7 – Regina e coração no Mundo Real



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (7o episódio).

Em todos esses conjuntos de imagens internas à série conseguimos perceber a esfera imagética ratificando a conexão entre um texto-mundo e o outro texto-mundo da série, a partir da construção de cenas próximas umas às outras, produzidas em planos e enquadramentos semelhantes, ou, ainda, que trabalham com posições e gestos similares dos personagens envolvidos.

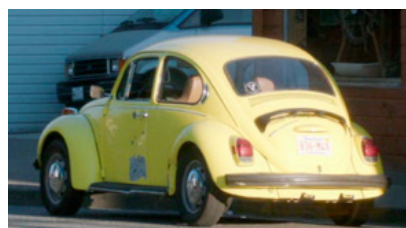
Agora, no que concerne a relações intertextuais imagéticas externas à parte dos contos de fada, localizamos algumas alusões à série *Lost*: (1) antes de Emma decidir ficar em Storybrooke, o relógio na torre da cidade estava parado às 8h15 (Figura 8), em alusão ao 815, número do voo cujo acidente aéreo marcou todo o enredo de *Lost* (Dove, 2011b); e (2) o carro de Emma tem, no canto inferior esquerdo do vidro traseiro, um adesivo da banda *Geronimo Jackson* (Figura 9), referência à banda fictícia cujo *hit Dharma Lady* foi destaque em *Lost* (Dove, 2011b).

Figura 8 – Relógio da torre às 8h15 em OUAT



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (1o episódio).

Figura 9 – Adesivo no carro de Emma em OUAT

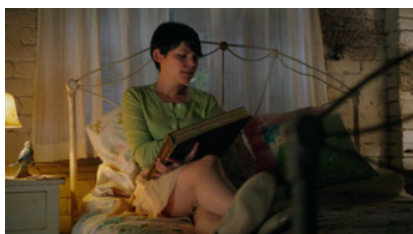


Fonte: *Once upon a time*, 2012 (1o episódio).

Continuando, Mary Margaret tem uma estatueta de um pássaro azul em cerâmica ao lado de sua cama (Figura 10), em referência aos pássaros azuis vistos na versão clássica da Disney de *A Branca de Neve e os sete anões* (1937),

visto que a professora é a personagem equivalente a Branca de Neve (Dove, 2011d). Por sua vez, Ruby tem um pingente de um lobo pendurado no espelho de seu carro (Figura 11), correspondendo a uma referência ao Lobo Mau da história de *Chapeuzinho Vermelho* (Grimm, 2005, p. 283-286), personagem que Ruby encarna no Reino Encantado da série (Dove, 2011a).

Figura 10 – Estatueta de Mary em OUAT



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (3º episódio).

Figura 11 – Pingente de lobo de Ruby em OUAT



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (4º episódio).

Nesses últimos casos, podemos notar que o arranjo intertextual imagético acontece através da inserção de *objetos*. Justamente sobre esses objetos é que nos atemos a partir de agora.

8. Intertextualidade no plano imagético: agenciamento/mediação de objetos

Visto que identificamos que muitos dos casos de relações intertextuais imagéticas na série ocorrem com a citação de objetos de uma textualidade na outra (seja interna ou seja externa à série), procuramos um referencial que pudesse nos dar sustentação para pensar a respeito. Encontramos na antropologia como um todo e na corrente da cultura material em particular um diálogo possível. Portanto, neste momento, a base conceitual com a qual dialogamos vem dos estudos desse campo. Entendemos que a cultura material é um *locus* notável de observação das práticas dos atores sociais e seus sentidos porque estão materializados, solidificados nos objetos. Um olhar que dá luz ao que queremos defender com a articulação entre narrativas e materialidades se encontra em Miller (2013), antropólogo inglês que, procurando desenvolver uma teoria da cultura material, uma teoria das coisas, afirma que “[...] os objetos nos fazem como parte do processo pelo qual os fazemos” (Miller, 2013, p. 92).

Nesse sentido, acreditamos que introduzir perspectivas e abordagens teóricas que focam na *agência de objetos* pode nos ajudar a pensar essas questões que nos interessam. O antropólogo britânico Alfred Gell (1998), estudando objetos de arte, aproxima as noções de sujeito e de objeto, defendendo que os objetos agregam funções que seriam humanas; os objetos têm agência. Em

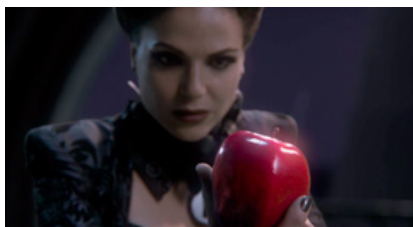
outras palavras, o objetos são agentes, e essa concepção de agente envolve entender o objeto como origem de um encadeamento de ações. Significa dizer que o objeto impulsiona e potencializa uma ação, sim, mas que há uma agência do sujeito acionando este objeto também.

Alguns dos objetos em *Once upon a time* estão mesmo na posição de ferramentas com os quais os personagens efetuam alguma ação. Para essas situações, portanto, a proposição de agência dos objetos, de Gell (1998), dá conta. Contudo, em outros momentos, o objeto é *mediador efetivo* da ação. O objeto faz a ação acontecer, ou o objeto é responsável por fazer o sujeito empreender determinada ação. Para essas circunstâncias, retomamos o campo mais amplo da antropologia, e não estritamente os estudos da cultura material. Referimo-nos à teoria de Bruno Latour (2012), antropólogo francês, que parece resolver melhor o posicionamento dos objetos em alguns eventos na narrativa de nosso produto cultural investigado. O termo que o teórico adota é a junção “ator-rede”, justamente porque as relações podem ser mediadas por objetos; então, as ações se dão sempre em rede, e por isso o ator é sempre por si só também rede: ator-rede.

Mantendo todo esse repertório teórico em nosso horizonte, ilustramos nossa tese com um importante objeto que agencia/medeia eventos significantes na textualidade de *Once upon a time*. A maçã, em alusão à maçã envenenada do original *Branca de Neve* (Grimm, 2005: 33-41), é um dos objetos que mais marcam a intertextualidade operada por objetos. A *maçã envenenada* tem toda uma trajetória própria bastante intensa e central em *Once upon a time*. Uma narrativa exclusiva, com deslocamento temporal, mudança de estados e peripécia, como uma verdadeira “jornada” (Campbell, 2007). Em um primeiro momento, no espaço-tempo do Reino Encantado, a Rainha negocia com Malévola a Maldição do Sono e envenena a maçã com esse feitiço. Tudo isso não é mostrado, mas fica implícito no discurso dos personagens (2º episódio, *The thing you love most*). Algo acontece, e a Bruxa Cega rouba a maçã envenenada da Rainha Má, fato que também não é mostrado, mas de que tomamos conhecimento quando João e Maria recuperam a maçã para a Rainha (9º episódio, *True north*) (Figura 12). Com a maçã em mãos e com a intenção de evitar a felicidade de Branca de Neve, a Rainha chantageia a enteada para que coma a maçã (Figura 13) (21º episódio, *A apple red as blood*), fazendo-a imergir em sono profundo. Depois, no outro espaço-tempo, Jefferson, em acordo com Regina, usa sua cartola para trazer ao Mundo Real a mesma maçã envenenada mordida por Branca de Neve nos tempos de outrora (21º episódio, *A apple red as blood*). De posse da maçã, Regina a usa como ingrediente principal para uma torta (Figura 14) que presenteia a Emma, com a intenção de que a xerife coma e adormeça eternamente, saindo da vida do filho Henry. Porém, quem acaba comendo a torta é o próprio Henry, e esse fato dá toda uma reviravolta no final da história, que culmina na quebra da maldição. Assim, como conseguimos perceber, a maçã envenenada é transferida de um espaço-tempo a outro da série e é componente importante para o impulso

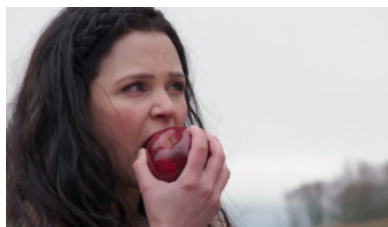
de ações da narrativa. Indo além, a maçã é, de certo modo, a materialização do mal, da maldade.

Figura 12 – Maçã recuperada por Rainha Má



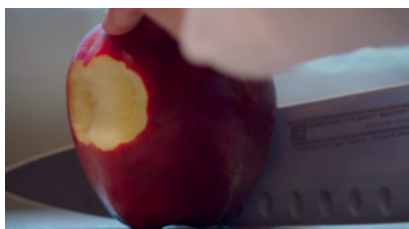
Fonte: *Once upon a time*, 2012 (9º episódio).

Figura 13 – Maçã mordida por Branca de Neve



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (21º episódio).

Figura 14 – Maçã como ingrediente para torta



Fonte: *Once upon a time*, 2012 (21º episódio).

9. Considerações finais

Enxergamos que, dentro das duas textualidades/mundos em que corre o grande texto da produção cultural em análise, há duas grandes camadas de relações intertextuais que se constroem e se cruzam de maneira mais complexa do que a pressuposta inicialmente. Em uma primeira camada, acontecem referências a textos externos a sua narrativa, em sua maioria contos de fada, mas também textos culturais outros. Eles podem estar referenciados em uma textualidade/mundo ou em outra, ou em ambas. Já na segunda camada de relações intertextuais, acontecem as menções internas à narrativa nela mesma: de uma textualidade/mundo a sua outra textualidade/mundo. Elas, por sua vez, se dão especialmente localizadas em um mesmo episódio, com um espaço-tempo mencionando dado ou enunciado originário do outro espaço-tempo no mesmo episódio, mas ocorrem também com menções mais expandidas entrelaçando os episódios. Em todos esses casos, a intertextualidade se dá por citação ou por alusão, conforme classificações de Fiorin (2003).

No que tange especificamente aos contos de fada como textos-fonte externos, confirmamos que ganham, de fato, dois graus de significação dentro da narrativa da série em estudo, *Once upon a time*; uma em cada textualidade/mundo. A ressignificação do conto original pode acontecer já no deslocamento do original para a primeira textualidade/mundo (o Reino Encantado da série), correspondendo ao primeiro grau de significação, ou apenas na passagem desta para a segunda textualidade/mundo (o Mundo Real da série, que seria o segundo grau de significação). Ou, ainda, a ressignificação pode não acontecer.

Identificamos que as relações intertextuais não estão limitadas ao plano discursivo nesse equacionamento a que chegamos. Ampliam-se também ao plano imagético, mais ou menos com os mesmos contornos do operado no discursivo, mas de outra ordem. Concluimos que várias cenas são construídas de maneira intertextual, seja citando a *composição* de cenas-fonte externas e internas, seja aludindo a imagens externas ou internas via *inserção de elementos imagéticos* na cena. Desses elementos imagéticos, destacamos alguns objetos em particular que articulam a intertextualidade imagética por estarem presentes em ambas as textualidades/mundos da narrativa. Desse modo, assumem outras propriedades importantes dentro desse universo ficcional, entre elas os papéis de agentes (Gell, 1998) ou mediadores (Latour, 2012) das ações dos personagens.

A intertextualidade imagética referente à construção da cena ora marca a passagem de um espaço-tempo a outro, ora evidencia a relação entre eles. Já os objetos, no plano imagético, além de também revelarem as conexões entre os textos, ganham outros atributos. O primeiro deles seria que os objetos sublinham o transcurso temporal da narrativa – próprio de toda narrativa (Aristóteles, 2011) –, articulando as variadas ações de uma história e mesmo passando por estados distintos do início ao final de sua peripécia. Seria como se os objetos tivessem uma jornada (Campbell, 2007) própria sua a percorrer, atravessando e quebrando barreiras espaço-temporais para estarem presentes nos dois universos ficcionais da série.

O segundo atributo dos objetos consiste na sustentação de uma narrativa e um discurso seus, particulares. Ou seja, um objeto tem uma esfera simbólica, imaterial que corresponde aos sentidos que emergem dele, construídos sócio-culturalmente. Esses sentidos podem contribuir para potencializar sentidos de eventos dentro da narrativa mais ampla em que o objeto está inserido. Indo além, visto que os objetos encarnam esses sentimentos, em verdade, podemos dizer que os objetos materializam esses sentimentos (como maldade, esperança e amor verdadeiro). Afinal, a cultura material expressa significados (McCracken, 2003).

Defendemos, enfim, que a intertextualidade verbal-discursiva acoplada à intertextualidade imagética (articulada ou não por objetos) faz ampliar a potência dessa estratégia de construção narrativa que é a intertextualidade.

Referências

- Araujo, D. C. (2007). *Imagens revisitadas: ensaios sobre a estética da hipervenção*. Porto Alegre: Sulina.
- Aristóteles. (2011). *Poética*. São Paulo: EDIPRO.
- Bakhtin, M. (2011). (6. ed.). *Estética da criação verbal*. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- Branca de Neve e os sete anões (1937). EUA: Walt Disney Productions. 1 DVD (83 min.), son., color.
- Campbell, J. (2007). *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento.
- Dove, S. (14 nov. 2011a). *Storybrooke Secrets: The Price Of Gold*. Recuperado de <http://abc.go.com/shows/once-upon-a-time/news/storybrooke-secrets/secrets-episode-104-the-price-of-gold>.
- Dove, S. (24 out. 2011b). *Storybrooke Secrets: Pilot*. Recuperado de <http://abc.go.com/shows/once-upon-a-time/news/storybrooke-secrets/secrets-episode-101-pilot>.
- Dove, S. (5 dez. 2011c). *Storybrooke Secrets: The Shepherd*. Recuperado de <http://abc.go.com/shows/once-upon-a-time/news/storybrooke-secrets/secrets-episode-106-the-shepherd>.
- Dove, S. (7 nov. 2011d). *Storybrooke Secrets: Snow Falls*. Recuperado de <http://abc.go.com/shows/once-upon-a-time/news/storybrooke-secrets/secrets-episode-103-snow-falls>.
- Fiorin, J. L. (2003). (2. ed.). Polifonia, textual e discursiva. En Barros, D. L. P. & Fiorin, J. L. (Orgs.). *Dialogismo, polifonia, intertextualidade: em torno de Bakhtin*. (pp. 29-36). São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- Gell, A. (1998). *Art and agency: an anthropological theory*. New York: Clarendon Press Oxford.
- Grimm, J. (2005). *A Gata Borralheira*. En GRIMM, J. *Contos dos Irmãos Grimm*. (pp. 55-61). Rio de Janeiro: Rocco.
- Grimm, J. (2005). *Branca de Neve*. En GRIMM, J. *Contos dos Irmãos Grimm*. (pp. 33-41). Rio de Janeiro: Rocco.
- Grimm, J. (2005). *Chapeuzinho Vermelho*. En GRIMM, J. *Contos dos Irmãos Grimm*. (pp. 283-286). Rio de Janeiro: Rocco.
- Grimm, J. (2005). *Rumpelstiltskin*. En GRIMM, J. *Contos dos Irmãos Grimm*. (pp. 297-299). Rio de Janeiro: Rocco.
- Hobsbawm, E. (1995). *Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Kristeva, J. (2012). (3. ed.). *Introdução à semiótica*. São Paulo: Perspectiva.
- Kristeva, J. (1984). *Revolution in poetic language*. New York: Columbia Univ. Press.
- Latour, B. (2012). *Reagregando o social: uma introdução à teoria do ator-rede*. Salvador: Edufba; Bauru, São Paulo: Edusc.
- Lost – A coleção completa (6 temporadas). (2010). Estados Unidos: Walt Disney (Sonopress). 38 DVDs, som dolby digital 5.1, color.
- McCracken, G. (2003). *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico do bens e da atividades de consumo*. Rio de Janeiro: MAUAD.
- Miller, D. (2013). *Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre a cultura material*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Once upon a time – 1ª temporada. (2012). Estados Unidos: ABC Studios. 5 DVDs (947 min), som dolby digital 5.1, color.
- Perrault, C. (2013). *Cinderela ou O sapatinho de vidro*. En *Contos de fadas: edição ilustrada e comentada*. (pp. 44-59). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

- Pink, S. (2008). Analysing visual experience. En Pickering, M. *Research Methods for cultural studies*. (pp. 125-149). Edinburgo: Edinburgh University Press.
- Williams, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.

Uso de las herramientas comunicativas en los entornos virtuales de aprendizaje

Use of communicative tools in virtual learning environments

Uso de ferramentas comunicativas em meios de aprendizagem virtuais

Hender Alexander VILORIA MATHEUS

Universidad del Zulia / henderviloria@gmail.com

Javier HAMBURGER

Universidad Autónoma del Caribe / jhamger@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Informe, pp. 367-384)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 14-03-2018 / Aprobado: 10-02-2019

Resumen

El interés del presente artículo fue analizar el uso de las herramientas comunicativas sincrónicas y asincrónicas en los entornos virtuales de aprendizaje. Se precisaron autores como, García (2007), Cabero & Llorente (2007), Martínez, F. & Solano, I. (2003), y Valverde, J. (2002), entre otros. Se estableció como delimitación espacial la Corporación Educativa del Litoral (CEI), en la ciudad de Barranquilla, Colombia. El estudio fue realizado entre julio 2016 a julio 2017. La muestra fue de 87 miembros entre estudiantes y docentes de la CEI en Barranquilla. Se determinó que los docentes aprovechan mayormente el correo electrónico y la pizarra electrónica, mientras que otras herramientas se aprovechan medianamente. Es propicio para la Corporación Educativa del Litoral crear planes de formación continua a los docentes para mejorar el manejo de herramientas comunicativas en entornos virtuales de aprendizaje y generar aportes innovadores en el ámbito educativo.

Palabras clave: herramientas comunicativas; entornos virtuales de aprendizaje; TICs; educación

Abstract

The interest of this article was to analyze the use of synchronous and asynchronous communication tools in virtual learning environments. Authors were required such as García (2007), Cabero & Llorente (2007), Martínez, F. & Solano, I. (2003), Valverde, J. (2002), among others. The Littoral Educational Corporation (CEI), in the city of Barranquilla, Colombia. The study was conducted between July 2016 and July 2017. The sample was 87 members among students and teachers of the CEI in Barranquilla. It was determined that teachers take advantage of electronic mail and the electronic board, while other tools are used to a moderate extent. It is favorable for the Littoral Educational Corporation to create continuous training plans for teachers to improve the use of communication tools in virtual learning environments and generate innovative contributions in the educational field.

Keywords: communicative tools, virtual learning environments, ICTs, education

Resumo

O interesse deste artigo foi analisar o uso de ferramentas de comunicação síncronas e assíncronas em ambientes virtuais de aprendizagem. Foram necessários autores, como García (2007), Cabero & Llorente (2007), Martínez, F. & Solano, I. (2003), Valverde, J. (2002), entre outros. The Littoral Educational Corporation (CEI), na cidade de Barranquilla, Colômbia. O estudo foi realizado entre julho de 2016 e julho de 2017. A amostra foi de 87 membros entre estudantes e professores do CEI em Barranquilla. Determinou-se que os professores se aproveitam do correio eletrônico e da placa eletrônica, enquanto outras ferramentas são usadas de forma moderada. É favorável que a Littoral Educational Corporation crie planos de treinamento contínuo para professores

para melhorar o uso de ferramentas de comunicação em ambientes virtuais de aprendizagem e gerar contribuições inovadoras no campo educacional.

Palavras-chave: ferramentas de comunicação; ambientes de aprendizagem virtual; TICs; educação

1. Introducción

Para el docente, tener competencia en el manejo de las TIC significa poseer un conocimiento formal. Es la actividad desplegada en un contexto particular y el término es aplicado en la formación y perfeccionamiento de profesionales, entendiéndose como capacidad o conjunto de capacidades que incluyen el conocimiento y su uso en materia tecnológica.

En el mundo actual se están generando grandes cambios que involucran el contexto educativo los cuales convergen todos los elementos que las tecnologías de información y comunicación poseen, y que estas a su vez se están constituyendo como una alternativa que permita innovar en las mediaciones tradicionales que venían implementándose en la práctica docente.

Según Miratia (2005) hace mención a García, Bartolomé y Cabero, quienes agrupan a las TIC en tres grandes sistemas de comunicación: el video, la informática y la telecomunicación, los cuales abarcan los siguientes medios: el video interactivo, el videotexto, la televisión por cable y satélite, la web con sus hiperdocumentos, los sistemas multimedia, la teleconferencia en sus distintos formatos (audio conferencia, videoconferencia, conferencias audiográfica, conferencia por computadora y teleconferencia *desktop*) los sistemas expertos, la realidad virtual, la telemática y la telepresencia.

Es por ello, que se prevé una extensión natural de lo que viene siendo la creciente virtualización de la sociedad actual. La innovación de las TIC ha provocado cambios en los modelos educativos generando así nuevos escenarios de aprendizaje como son los entornos virtuales (aprendizaje en casa, en el trabajo o centros de recursos de aprendizaje) fomentando nuevos roles tanto para el docente como para los estudiantes.

Son muchas las instituciones educativas de nivel universitario que están incorporando carreras y cursos en modalidad total o parcialmente no presenciales, con uso intensivo de tecnologías de la comunicación y la información, y entornos virtuales de aprendizaje. Esto produce una importante demanda del manejo de estrategias adecuadas y de herramientas comunicativas que permitan mediar el conocimiento adquirido por los estudiantes.

Por tanto, Cabero & Llorente (2007) precisa que dentro de los entornos virtuales de aprendizaje se cuenta con diferentes herramientas comunicativas para establecer la comunicación, estas nos van a permitir establecer una comunicación tanto sincrónica como asincrónica, es decir, que emisor y receptor se encuentren realizando el acto comunicativo en el mismo tiempo o en tiempos diferentes.

Martínez & Solano (2003), señala que las posibilidades de romper las barreras espacio-temporales en las acciones formativas virtuales, y que son percibidas como ventajosa, también implican una limitación inicial que debe ser contemplada por el docente, ya que frente al espacio presencial que es idéntico para cada uno de los interlocutores en las situaciones virtuales, el espacio es distinto para cada uno de los interlocutores.

En la actualidad cuando se habla de cursos basados en las necesidades de los individuos, y que ha avanzado notablemente en países de habla hispana como España y Argentina, donde el estudiante es el actor principal, ejemplo de ello, es la Universidad Complutense de Madrid (España), muestra las ventajas de su implantación de espacios virtuales en la educación superior para alcanzar la autonomía y la independencia del alumno en su propio proceso de aprendizaje.

No obstante, en Colombia el gobierno nacional se ha comprometido con un Plan Nacional de TIC 2008-2019 (PNTIC) para que todos los colombianos se informen y se comuniquen haciendo uso eficiente y productivo de las TIC, para mejorar la inclusión social y aumentar la competitividad.

Para ello, han desplegado diferentes planes y estrategias para dar un impulso a este modelo. Los países que han adoptado planes estratégicos de TIC han avanzado más rápidamente en los ejes de acción establecidos como prioritarios para la sociedad de la información y el conocimiento como también en aquellos que miden la competitividad.

Por su parte, en el departamento del Atlántico más exactamente en la ciudad de Barranquilla, en las instalaciones de la Corporación Educativa del Litoral, se esfuerzan en formar estudiantes de manera integral, mediante la articulación de la ciencia, la tecnología y los valores, generando espacios para la construcción de saberes que se soportan en una práctica profesional innovadora y responsable con la transformación del entorno permitiendo así lograr un profesional congruente con el uso de las TIC.

Considerando lo anteriormente planteado, los distintos estamentos institucionales sobre cuyos hombros descansa la responsabilidad de formación discente están en la obligación moral y profesional de incorporar en los planes de estudio o micro currículos la utilización de la tecnología como herramienta fundamental para fortalecer las estrategias pedagógicas y mejorar de esta manera el proceso de la adquisición del conocimiento.

Si a estos ambientes educativos le incluimos las tecnologías de la informática y la comunicación como elemento adicional para conseguir lo propuesto, sería mucho más fácil y halagador para los estudiantes permanecer en un ambiente donde estén a tono con la tecnología y la informática, proporcionando de esta manera, un espacio potencial propicio para la adquisición del conocimiento.

Por lo que se necesita implementar en las aulas universitarias, de manera obligatoria, el uso de las TIC en el proceso enseñanza aprendizaje para que los entornos virtuales de aprendizaje sean el epicentro de la adquisición del conocimiento y de esta forma obtener con mayor facilidad.

Por lo que en el presente artículo, se pretende responder ¿cómo es el uso de las herramientas comunicativas sincrónicas y asíncronas en los entornos virtuales de aprendizaje?

Este artículo de investigación demostrará la influencia que puede llegar a tener un factor externo en el desarrollo del aprendizaje de los estudiantes de una institución educativa y las condiciones que son favorables para obtener un aprendizaje de calidad, a diferencia de las condiciones y métodos tradicionalistas utilizados anteriormente donde el docente se limitaba a dar las clases y el estudiante a escucharlas sin importar las condiciones externas ni las herramientas tecnológicas necesarias que pudieran afectar dicho proceso de enseñanza- aprendizaje.

La investigación se desarrolló en las instalaciones de la Corporación Educativa del Litoral, en la ciudad de Barranquilla Colombia, tomando como punto de partida a los estudiantes del primer semestre del primer del Programa Técnico Profesional en Salud Ocupacional del primer periodo de 2015.

2. Referentes teóricos

2.1. Herramientas comunicativas

Para Valverde, (2002) son medios de comunicación interpersonal que a través de Internet adoptan dos formas: sincrónica, en la que los usuarios a través de una red telemática coinciden en el tiempo y se comunican entre sí mediante texto, audio y/o vídeo; y asincrónica donde los participantes utilizan el sistema de comunicación en tiempos diferentes.

Por otro lado, Martínez & Solano (2003) señalan que las herramientas comunicativas, permiten las posibilidades de romper las barreras espacio temporales en las acciones formativas virtuales, y que son percibidas como ventajosas; también implican una limitación inicial que debe ser contemplada por el docente, ya que frente al espacio presencial que es idéntico para cada uno de los interlocutores, en las situaciones virtuales el espacio es distinto para cada uno de ellos, y en estos casos, existen más posibilidades que los valores y percepciones culturales sean diferentes para cada uno, de forma que hablando incluso el mismo idioma, las palabras tengan precisiones conceptuales diferentes.

Rincón (2013), establece que las herramientas comunicativas son aquellas herramientas de comunicación que pueden ser sincrónicas o asincrónicas; es decir, que el emisor y el receptor se encuentren en diferentes espacios y tiempos en el acto de comunicar, permitiendo así la participación que coadyuvará a la construcción social del conocimiento, a partir de la interacción e interactividad adecuadas para tal fin.

En este mismo orden de ideas, Fandos, Jiménez y Pío (2002), opinan que la comunicación es un elemento fundamental en los procesos de enseñanza-aprendizaje; para esta investigación se considera que dicha práctica comunicativa puede realizarse a través de las herramientas en red sincrónicas y asíncronas como: el chat, el correo electrónico, los foros, entre otras. El potencial para la comunicación y acceso a la información de estas herramientas permite un valor añadido a los procesos de enseñanza.

Se puede inferir, por consiguiente, que el uso de estas herramientas comunicativas en la educación es algo más que un simple cambio en el uso de los medios a través de los cuales se produce la interacción didáctica. Es necesario crear un nuevo paradigma para la educación electrónica si se quiere obtener el máximo rendimiento de este tipo de estrategias metodológicas.

2.2. Usos de las herramientas de comunicación sincrónica

La comunicación sincrónica según García & Pereira (2004) es una actividad comunicativa que se da en tiempo real al igual que la comunicación presencial y los participantes en interacción deben estar presentes aunque no necesariamente en la misma localidad física.

Son las herramientas utilizadas para la comunicación que ocurren en el mismo tiempo sin importar la distancia que medie entre los usuarios, según la RAE (2001), sincronía es la “coincidencia de hechos o fenómenos en el tiempo”. En el caso de la comunicación entre profesor-estudiante, mediada por la tecnología, se refiere al uso del software o servicios en red (Internet) donde el profesor y el estudiante se encuentren en el mismo horario a través de la misma herramienta. Las más conocidas de estas herramientas son: el chat, las video conferencias, y la pizarra compartida.

Por esta razón, las herramientas de comunicación sincrónicas son aquellas en las cuales se está en tiempo real. Se refiere al acceso inmediato, en tiempo real de información u otros datos, este tipo de comunicación, suelen ser similares a la del diálogo mantenido cara a cara. Resulta dinámico, en donde una conversación evoluciona en tiempo real. Esta además intenta simular simbología para-lingüística que refleja estados de ánimo y gestos como son el empleo de los denominados emoticonos o recursos expresivos como las exclamaciones que nos indica en ocasiones enfado o firmeza.

2.3. Chat

Fernández (2002) define que *chat* es un medio de comunicación de Internet que permite tener comunicaciones en tiempo real. Comunicación que puede ser individual entre dos personas, o entre los miembros de un colectivo. Aunado a lo expuesto, Ortega y otros (2000), expresan que el *chat* puede realizarse a través de diferentes programas, desde aquellos que son de pago, hasta los que se

distribuyen de forma gratuita en Internet, tanto uno como otros, permite que puedan crear canales de comunicación específicos para nuestras necesidades.

Por lo que el IRC o *Internet Relay Chat*, conocido popularmente como “chat”, se trata de un medio de comunicación que permite realizar conversaciones en tiempo real a través de Internet. Aunque normalmente se utiliza para conversar “on-line” también sirve para transmitir ficheros.

En relación con los mencionados autores, el *chat* hace posible que diferentes internautas se reúnan, de modo simultáneo, en torno a canales o temas de conversación de todo tipo. En estos canales el usuario expresa sus opiniones de forma escrita y en tiempo real, a diferencia de las “news” o el correo electrónico que, como vimos, son medios asíncronos, es decir, los usuarios no necesitan la existencia de correspondencia temporal en su comunicación.

2.4 Video conferencia

Vargas (2008), expresa que la videoconferencia es una herramienta de comunicación sincrónica que se realiza a través de una red de comunicaciones y que permite el enlace entre dos o más puntos separados para el intercambio de video, audio y datos. Es considerada como una reunión virtual. Tiene como características principales: se transmite en tiempo real (sincronía) y a distancia; es bidireccional; puede llevarse a cabo punto a punto (dos sitios) o multipunto (más de dos sitios) y permite la transmisión de audio, video y datos.

Por otra parte, la videoconferencia también es utilizada para impartir educación y capacitación directiva en el lugar de trabajo, esta ha sido la aplicación más exitosa y de mayor crecimiento.

Según la UADY (2009), esta tecnología elimina las fronteras entre la educación tradicional (presencial), la abierta y a distancia. Es importante considerar en cuál de estos contextos se desenvuelve el aprendizaje y cuándo es necesaria la videoconferencia.

Valverde (2002) también expone que el lugar de recepción de la videoconferencia, el profesor-receptor cumple similares funciones al líder del equipo de emisión, trabaja directamente con los alumnos que físicamente están en el mismo lugar que él. Este profesor juega un papel primordial en la videoconferencia porque establece el clima adecuado en la clase, mantiene la atención de los alumnos y soluciona cualquier duda en los contenidos impartidos.

Se ha de coordinar con el profesor-emisor para preparar los materiales didácticos que se utilicen durante la clase. Debe conocer con profundidad los objetivos, las actividades y sus ritmos. Ante cualquier dificultad en los equipos o en la comprensión de los alumnos, ha de ponerse en contacto directo con su compañero para hacerle saber cuáles son las dificultades.

2.5 Pizarra compartida

Según Fabregat, Marzo y Peña (2000), exponen que la pizarra compartida es una herramienta de dibujo que permite una comunicación sincrónica y que puede ser empleada por el profesorado, conjuntamente con otras aplicaciones como la audio conferencia (conversación de voz) o el *chat*. Siguiendo un mismo orden de ideas, se puede afirmar que en una plataforma de teleformación las pizarras compartidas permiten establecer una forma de comunicación e interacción entre profesores y estudiantes para aclarar términos específicos de los conceptos expuesto sobre el material didáctico de un curso virtual.

Por su parte, plantea Muñoz & González (2009), que la pizarra electrónica es una herramienta de comunicación sincrónica aplicable generalmente en el área de dibujos la cual puede ser utilizada por el docente, bajo la complementación de otras herramientas como la audio conferencia, videoconferencia o el mismo *chat* creando entre las partes involucradas una interacción entre el profesor y el estudiante.

Por lo que la pizarra electrónica es un ordenador multimedia conectado a Internet, un video proyector y un tablero interactivo, que entre sus ventajas tiene su funcionalidad en proyectar sobre una pantalla situada en un lugar relevante del aula cualquier tipo de información procedente del ordenador, de Internet o de cualquier otro dispositivo.

Con esta herramienta de comunicación desarrollada, se coincide con Cabero (2001), cuando refiere que la pizarra electrónica es una herramienta que permite al docente la presentación de gráficos, tablas, animaciones, material escrito entre otros, que son de mucha ayuda para el desarrollo de cualquier contenido en cualquier área del saber, pero en este caso para el área de la física donde se podrá demostrar más fácilmente por medio de imágenes el comportamiento de ciertos fenómenos existentes en el universo para rápida comprensión de los estudiantes.

2.6 Usos de las herramientas de comunicación asíncronas

Lo asincrónico es totalmente contrario a lo sincrónico y se define como proceso o efecto que no ocurre en completa correspondencia temporal con otro proceso u otra causa RAE (2001). Estas herramientas son: el foro y el correo electrónico.

2.7 Correo electrónico

Desde que se mandó, en 1971, el primer correo electrónico por el ingeniero Ray Tomlison, o se conectaron a través de la red en 1972 EE.UU con Noruega y Reino Unido (Badía, 2002), éste se ha convertido en una de las herramientas de comunicación más utilizadas de la tecnología de Internet. Prácticamente todas las personas tienen una cuenta de correo, bien asignada por la institución

formativa donde estudia o trabaja, bien por su distribuidor de Internet, o abierta por el usuario gratuitamente en los diferentes entornos que existen en la red.

Por otro lado, Badía (2002), expresa que el correo electrónico es una de las herramientas de comunicación más utilizadas de la tecnología de Internet, ya que, prácticamente todas las personas tienen una cuenta de correo, bien asignada por la institución formativa donde estudia o trabaja, bien por su distribuidor de Internet, o abierta por el usuario gratuitamente en los diferentes entornos que existen en la red.

Este medio facilita una conversación más abierta y democrática entre profesores y los estudiantes. En este mismo orden de ideas, Vallejo (2005) opina que el correo electrónico es la aplicación más extendida en Internet, y la que muchos usuarios consideran la más útil. Permite a una persona enviar y recibir mensajes escritos a otros usuarios de la red situados en cualquier lugar del mundo siempre que dispongan de una dirección de correo electrónica.

Es por ello, que podemos decir que una de las grandes ventajas que se le concede a este medio es la de facilitar una conversación más abierta y democrática entre profesores y los estudiantes. Diferentes estudios han puesto de manifiesto como los estudiantes se sienten algunas veces más cómodos a formular preguntas y dudas a los profesores por este medio, que en una situación de presencialidad, de forma que los profesores son percibidos como más accesible. Su utilización parece que también favorece el que los alumnos trabajen más fuera del entrono de clase.

2.8 Foro

Para Acevedo (2006) define el foro como una herramienta de comunicación asíncrona que permite el intercambio de mensajes entre los usuarios (as) de los escenarios virtuales para la enseñanza y el conocimiento, superando las limitaciones del tiempo y el espacio y facilitando la lectura, el debate y la opinión; por lo tanto, fomenta la comunicación, el trabajo colaborativo y la cohesión de los grupos de alumnos (as).

Por su parte, Arango (2004), sostiene que el foro permite mantener una comunicación constante con personas que están lejos, sin necesidad de coincidir en los horarios de encuentro en la red, superando así las limitaciones temporales de la comunicación sincrónica y dilatando en el tiempo los ciclos de interacción, lo cual, a su vez, favorece la reflexión y la madurez de los mensajes.

Por su parte, Rincón (2013) establece unos lineamientos de participación en los foros, el cual comienza en la Fase I y consiste al momento de abrir el foro, se debe explicar la finalidad del foro, el peso de la nota individual de la participación del foro (reafirmando lo escrito en la guía y rúbrica del trabajo colaborativo), definición del compromiso de todos y cada uno de los integrantes del grupo para la meta del trabajo, organización de roles, actividades y el tiempo de entrega de cada uno de los aportes, especificar la calidad de los aportes al foro

desde una perspectiva de la interactividad. Luego en la Fase II, corresponde a aportar enlaces de interés para la realización del trabajo por parte de los actores educativos (docente-tutor y estudiantes), ser conciso en las intervenciones, utilización de las Netiquetas y se potenciará este foro a partir de la autoevaluación y coevaluación de las participaciones hechas en el foro.

2.9 Lista de distribución

Para Valverde (2002) el correo electrónico permite la creación de comunidades de usuarios que pueden intercambiar sus mensajes, dentro de grupos reunidos en torno a un tema común de su interés. Las listas de distribución (o listas de correo) se componen de un conjunto de direcciones electrónicas que se utilizan para recibir y enviar mensajes, caracterizados por tratar un asunto de interés común, o bien crear grupos de trabajo entre personas dispersas geográficamente, que necesitan una comunicación permanente para desarrollar un determinado proyecto.

Según las posibilidades de acceso a una lista de distribución, éstas pueden clasificarse del siguiente modo: listas abiertas, cualquier usuario que lo desee puede suscribirse a la lista sin ninguna restricción; y listas cerradas, para acceder a la lista es necesario que, previamente, el administrador de la misma dé su aprobación.

Así mismo, el autor McElhearn (1996) hace hincapié en su uso educativo según su clasificación temática: de interés general en temas concretos y especializados. Por lo que la clasifica según su accesibilidad (públicas y privadas); moderación (moderadas y no moderadas); distribución (unidireccionales y multidireccionales); y orientación (orientada a los productos y a los procesos).

2.10 Entornos virtuales de aprendizaje.

En el informe mundial de la educación, la UNESCO (1998) establece que los entornos virtuales de aprendizaje constituyen una nueva forma de Tecnología Educativa, que a nivel mundial ofrece una serie de oportunidades y tareas a las instituciones, este define el entorno virtual como un programa informático interactivo de carácter pedagógico que posee una capacidad de comunicación integrada, es decir, que está asociado a nuevas tecnologías.

En el mismo orden de ideas, García (2007) explica que los entornos virtuales de aprendizaje (EVA), son espacios creados en la década de los noventa en las universidades a distancia como derivaciones lógicas de los campos virtuales, actualmente son fundamentales en cualquier diseño educativo en línea, en los cuales se integran distintas herramientas de comunicación e intercambio de informaciones afiliadas a institutos de información, combinando herramientas para la comunicación síncrona y asíncrona, para gestionar materiales de aprendizaje, en los cuales se incluyen sistemas de seguimiento y evaluación

del avance de los estudiantes, para optimizar las fases del proceso enseñanza-aprendizaje, planificación, desarrollo y evaluación del currículo.

Asimismo, Ogalde y González (2008), lo define como *software* utilizado por los estudiantes conjuntamente con otros medios o actividades para alcanzar metas educativas; son abiertos, flexibles y pueden incorporarse a cualquier evento del proceso de enseñanza-aprendizaje, dependiendo del uso que se les dé pueden apoyarse en ambientes constructivistas, conductistas o cognitivos, estos favorecen el aprendizaje colaborativo y cooperativo.

Se entiende entonces, que los entornos virtuales son espacios para el proceso de enseñanza y aprendizaje bajo la modalidad presencial, virtual, y mixta, en las que se realizan procesos de comunicación mediante las TIC tanto sincrónica como asincrónicamente, para permitir el intercambio de información mediante procesos de cooperación, seguimiento, evaluación continua de docentes y estudiantes.

3. Aspectos metodológicos

La presente investigación se caracteriza por ser de tipo descriptiva, ya que su función primordial es obtener características fundamentales, utilizando criterios sistemáticos que permitan analizar el uso de las herramientas comunicativas en los entornos virtuales de aprendizaje, como plantean Tamayo y Tamayo (2005). A su vez, el diseño de la investigación conviene hacer referencia a la claridad en su soporte al proceso investigativo del estudio, que según Hernández y col& ((2014, p.128) una vez definido el tipo de estudio a realizar y establecido los lineamientos para la investigación, el investigador concibe la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de la investigación.

Se utilizó un diseño no experimental para la evaluación de la variable en estudio, ya que se van a observar situaciones ya existentes, determinando sus características, sin intervenir o manipular el contexto (Hernández & col, 2014).

Donde las unidades poseen características comunes, las cuales requieren ser consideradas para obtener los datos de la investigación. La población se establece como un conjunto integrado de las unidades que conforman el universo de la investigación sobre las cuales se pretende generalizar los resultados.

La población estuvo conformada por los directores, docentes y estudiantes de la Corporación Educativa Litoral pertenecientes a la ciudad de Barranquilla. La distribución de la población se refleja en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 2. Distribución de la Población

Corporación Educativa Litoral	Personal
Personal Docente	31
Estudiantes	56
Total	87

Fuente: Elaboración propia (2017)

Como se evidencia en el cuadro anterior, se cuenta con una población finita, de pequeñas dimensiones y dispuestas a participar en la investigación, la cual no requiere del cálculo de muestreo, y en su lugar se efectuará un censo poblacional definido por Sabino (2005, p.75), como “análisis de la totalidad del universo del interés en el estudio, para seleccionar a los sujetos claves en la información”. En el caso de la presente investigación se tomaron los 31 profesores y 56 estudiantes como muestra a ser estudiada.

4. Análisis y discusión de los resultados

Tabla N° 1. Herramientas de comunicación síncrona

Indicadores	Siempre		Casi Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Doc	Alum	Doc	Alum	Doc	Alum	Doc	Alum
	%	%	%	%	%	%	%	%
Chat	26,8	6,5	17,9	12,9	53,6	48,4	1,8	32,3
Video	17,9	9,7	19,6	9,7	50,0	32,3	12,5	48,4
Pizarra	21,4	3,2	44,6	25,8	26,8	41,9	7,1	29,0
Promedio %	22,0	6,5	27,4	16,1	43,5	40,9	7,1	36,6

Fuente: Elaboración propia (2017)

Para la Tabla No.1, referida al indicador *chat* como herramientas de comunicación síncrona, los docentes opinan mayormente que algunas veces utilizan esta herramienta con 53,6%, por su parte los alumnos opinan que el docente utiliza el *chat* en un 48,4%.

Los docentes y alumnos se relacionan en opinar que solo algunas veces los docentes utilizan el chat para realizar conversaciones, enviar documentos académicos y a su vez utilizar esta herramienta para establecer conversaciones grupales.

Por lo que las comunicaciones en tiempo real entre dos personas o entre los miembros de un colectivo, definido por Fernández (2002) se manejan de forma mediana.

Relacionado al indicador video conferencias, los docentes opinaron que en un 50,0% algunas veces utilizan la video conferencia como herramienta de comunicación, por su parte los alumnos opinaron que los docentes nunca utilizan el video como herramienta de comunicación en un 48,4%.

Según lo anteriormente mencionado, para los docentes el uso de la videoconferencia como herramienta se da algunas veces, realizando videoconferencias con sus estudiantes como estrategia pedagógica al igual que lo utilizan para reunirse virtualmente con sus colegas y/o alumnos; esta práctica para la opinión de los estudiantes en los docentes nunca se lleva a cabo.

No se aplica lo descrito por Vargas (2008) en su totalidad, al expresar que la videoconferencia es una herramienta de comunicación sincrónica que se realiza a través de una red de comunicaciones y que permite el enlace entre dos o más puntos separados para el intercambio de video, audio y datos.

En el caso del indicador pizarra, los docentes opinan que en un 44,6% casi siempre utilizan esta herramienta como medio de comunicación sincrónica, en otro sentido los alumnos opinaron que los docentes algunas veces la utilizan en un 41,9%.

Se repite entonces, un aprovechamiento mediano, esta vez en el uso de la pizarra compartida, en la que respondieron todo lo contrario los alumnos ya que estos opinan que los docentes solo algunas veces la utilizan.

Se hace mención acertada por los autores Fabregat, Marzo y Peña (2000), donde exponen que la pizarra compartida es una herramienta de dibujo que permite una comunicación sincrónica y que puede ser empleada por el profesorado, conjuntamente con otras aplicaciones como la audio conferencia (conversación de voz) o el *chat*

Tabla N° 2. Herramientas de comunicación asíncronas

Indicadores	Siempre		Casi Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Doc	Alum	Doc	Alum	Doc	Alum	Doc	Alum
	%	%	%	%	%	%	%	%
Correo Electrónico	71,4	48,4	17,9	38,7	10,7	12,9	0,0	0,0
Foro	28,6	12,9	26,8	35,5	35,7	48,4	8,9	3,2
Lista de Distribución	19,6	0,0	23,2	12,9	44,6	38,7	12,5	48,4
Promedio %	39,9	20,4	22,6	29,0	30,4	33,3	7,1	17,2

Fuente: Elaboración propia (2017)

En la tabla 2 se destacan las herramientas de comunicación asíncronas, donde los docentes opinaron que el correo electrónico en un 71,4% siempre utiliza este tipo de herramienta comunicativa; en relación a los alumnos estos piensan que los docentes siempre utilizan dicha herramienta en un 48,4%.

Para los docentes y alumnos, la herramienta de correo electrónico siempre se utiliza por los docentes como instrumento pedagógico, compartiendo y recibiendo información académica tanto para estudiantes como para profesores.

Por otra parte, los docentes algunas veces ponen en práctica foros como herramienta comunicativa asincrónica en un 35,7%. Los alumnos respondieron que los docentes algunas veces lo utilizan en un 48,4%.

En tal sentido, los docentes y alumnos convergen en opinar que algunas veces los docentes generan debates académicos por medio del foro como estrategia para puntualizar conceptos, compartiendo y participando conjuntamente con sus compañeros de trabajo y aula. Por lo que se aplica con una frecuencia

esporádica lo expuesto por Acevedo (2009), respecto al intercambio de mensajes entre los usuarios de los escenarios virtuales para la enseñanza y el conocimiento.

Relacionado al indicador lista de distribución, los docentes opinaron que algunas veces utilizan esta herramienta en un 44,6%. Por otro lado, los alumnos opinan que los docentes nunca hacen uso de la lista de distribución en un 48,4%.

Aunado a ello los docentes demuestran que solo algunas veces conforman grupos de comunicación con sus estudiantes, manejando información pedagógica entre grupos o listas de distribución y así impartir información académica, dichas actividades nunca se llevan a cabo por parte de los docentes según la percepción de los estudiantes. Por lo que las listas de distribución definida por Valverde (2002) como creación de comunidades de usuarios que pueden intercambiar sus mensajes, se desarrollan medianamente.

Tabla N° 3. Uso de herramientas comunicativas

Dimensiones	Siempre		Casi Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Doc	Alum	Doc	Alum	Doc	Alum	Doc	Alum
	%	%	%	%	%	%	%	%
Herramientas Síncrona	22,0	6,5	27,4	16,1	43,5	40,9	7,1	36,6
Herramientas Asíncrona	39,9	20,4	22,6	29,0	30,4	33,3	7,1	17,2
Promedio %	31,0	13,4	25,0	22,6	36,9	37,1	7,1	26,9

Fuente: Elaboración propia (2017)

Es importante apreciar que en el uso de herramientas sincrónicas, los docentes que las utilizan mayormente respondieron 43,5%. Por su parte el alumno en un 40,9% opinó que el docente alguna vez la utiliza. Existe diferencia de criterios entre docentes y estudiantes a lo descrito por Martínez y Solano (2003), respecto a romper las barreras espacio -temporales en las acciones formativas virtuales, aunado a que el alumno no considera que en todo momento cuenta con un profesor aunque este en un lado de la red y a miles de kilómetros de distancia. Es decir, se ha desarrollado medianamente un nuevo paradigma para la educación en los CEI, debido a que tanto emisor como receptor mantienen una comunicación regularmente efectiva, así se encuentren en diferentes espacios y tiempos en el acto de comunicar, como plantea Rincón (2013).

Para las herramientas asíncronas los docentes consideran que la utilizan 39,9% siempre como la categoría de mayor valor. En el caso de los estudiantes consideran que en un 33,3%. El correo electrónico como la aplicación más extendida en Internet, es amparado por Vallejo (2005) quien además opina que muchos usuarios consideran el *email* como el más útil.

5. Consideraciones finales

Luego de analizar los resultados a partir del instrumento de medición, se concluye que, en cuanto al uso de las herramientas comunicativas sincrónicas, se consideró que los docentes aplican con mayor tendencia el uso de la pizarra compartida, para fines de teleformación en los alumnos. La formación virtual a través de la videoconferencia y el *chat*, como herramienta sincrónica, se utiliza medianamente por parte de los docentes, lo que indica un uso de herramientas sincrónicas en general de forma mediana.

Se infiere entonces que a pesar de que Internet permite tener comunicaciones en tiempo real, no se ha convertido en una prioridad al momento de impartir educación bajo los entornos virtuales de aprendizaje.

Respecto al uso de las herramientas comunicativas asíncronas utilizadas por los docentes de la Corporación Educativa del Litoral, éstos aprovechan en mayor medida el correo electrónico como herramienta asíncrona, muy por encima de otros componentes como los foros y las listas de distribución. Tanto estudiantes como docentes coinciden en que “siempre” se utiliza el correo electrónico, por lo que se considera una de las herramientas más utilizadas por el docente en su proceso educativo.

Otras opciones como el Foro y Listas de Distribución se subutilizan en los entornos virtuales, eso supone un aprovechamiento de mediano a bajo por parte de los docentes en cuanto a herramientas asíncronas se refiere. Esta situación implica un desaprovechamiento de las herramientas asíncronas, condicionando el desarrollo de los contenidos únicamente al recurso del correo electrónico.

Se recomienda entonces, crear planes de formación continua a los docentes para mejorar el manejo de herramientas comunicativas con aportes innovadores. Reforzar las comunicaciones en tiempo real como prioridad al momento de impartir educación bajo entornos virtuales, para poder aprovechar al máximo las herramientas de comunicación sincrónicas. Además, se debe desarrollar estrategias pedagógicas para el uso del Foro y Listas de Distribución en los procesos educativos bajo ambiente virtual, para evitar de esta forma depender solamente del correo electrónico y brindar incentivos a los docentes para el desarrollo de propuestas creativas bajo entornos virtuales. Debe generarse entonces, más equilibrio en el uso de herramientas tanto sincrónicas como asíncronas, para de esta forma consolidar una comunicación más efectiva en los procesos de enseñanza bajo la modalidad a distancia.

Referencias bibliográficas

- Acevedo, A. (2006). *Usabilidad en el diseño de contenidos informativos de cibermedios venezolanos*. Tesis de grado para optar al título de Magister en ciencias de la comunicación, Universidad del Zulia, Maracaibo. Venezuela.
- Arango, M. L. (2004) Foros virtuales como estrategias de aprendizaje. *Revista Debates Latinoamericanos*, No. 2. Pág. 2.
- Badía, F. (2002): *Internet: situación actual y perspectivas*, Barcelona, La Caixa.
- Cabero, J. (2001): *Tecnología educativa. Diseño y producción de medios*, Barcelona, Paidós.
- Cabero, J., & Llorente, M. C. (2007). La interacción en el Aprendizaje en red: uso de herramientas, elementos de análisis y posibilidades educativas. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia- RIED-*, 97-123
- Carrillo, J. (2014) *Elementos Comunicativos en la Construcción y Diseño de los Objetos Virtuales de Aprendizaje en la Educación Superior*. Trabajo de grado presentado para optar al título de Magister en Ciencias de la Comunicación, mención Nuevas Tecnologías de la Información en la Universidad del Zulia.
- Fandos, M., Jiménez, J. M., y Pío González, Á. (2002). Estrategias didácticas en el uso de las tecnologías de la Información y la comunicación. *Acción Pedagógica*, 11 (1). Disponible en: <http://www.comunidadandina.org/bda/docs/VEEDU-0003.pdf>
- Fernández, L. (2002): La función y el uso del chat desde los modelos del currículum en la formación del profesorado, *Comunicación y Pedagogía*, 184, 60-64.
- Ferrer, D. (2014) *Competencias del docente tutor virtual y diseño de contenidos digitales*. Trabajo presentado para optar al título de Magister en Informática Educativa en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín.
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, L (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill. 6ta Edición. México
- García, A. (2007). *De la educación a distancia a la educación virtual*. Barcelona. Editorial Ariel. http://gdcultural.activoforo.com/search.forum?search_author=Adminshow_results=posts, (Consultada, Diciembre 2016)
- RAE (2001) *Diccionario de la Real Academia Española*. 22.ª edición. Madrid: Espasa Libro.
- Rincón Delgado, M. (2013) Evaluación Piloto de las Herramientas de Comunicación sincrónicas y asincrónicas utilizadas en los cursos de *Metodología del Trabajo Académico y Proyecto Pedagógico Unadista en la UNAD-CEAD* Pasto. Semestre 2012-2013
- Martínez, F. y Solano, I. (2003) *El proceso comunicativo en situaciones virtuales*, en Martínez, F. (comp) *Redes de comunicación en la enseñanza*, Barcelona, Paidós, 13-29.
- Méndez, C (2005). *Metodología de la Investigación*. Caracas
- Miratia (2005). La Tecnologías de la Información y de la Comunicación en la Educación. *Revista Infobit*. pp. 12-14.
- Ogalde C. y González V. (2008). *Nuevas Tecnologías. Y educación (diseño, desarrollo, uso y evaluación de materiales didácticos)*. México. Editorial Trillas.
- Ortega, F. y otros (2000): "El IRC como herramienta para la formación flexible y a distancia", *Pixel Bit. Revista de medios y educación*
- Quintana, J. (2000): *Competencias en tecnologías de la información del profesorado de educación infantil y primaria*. *Revista Inter Universitaria de Tecnología Educativa*, 0 (julio-agosto), pp. 166-174.
- Sabino, C. (1996). *El proceso de Investigación*. Editorial Panapo, Caracas

- Silva, C. (2011). *Diseño y moderación de entornos virtuales de aprendizajes (EVA)*. Madrid. España. Editorial UOC.
- Tamayo, M (2005). *Investigación científica*. Limusa. México
- Tobón, S. (2008). *Formación basada en competencias en la educación superior. El enfoque complejo*. Documento en línea. Disponible en:
www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17292/2/articulo2.pdf
- UNESCO (1998). Declaración Mundial sobre la Educación Superior para el siglo XXI. Conferencia. París.
- Valverde, J. (2002) Herramientas de comunicación sincrónica y asincrónica. En Aguaded y Cabero (dirs) *Educación en Red. Málaga*, Aljibe. 57-81
- Vargas Alegría, M. (2008) *Retos y ventajas de la videoconferencia en educación*. Ponencia presentada en 2do. Congreso Internacional de Informática. Chimbote, Perú.

Película “Cenizas” y su análisis desde una perspectiva cinematográfica y psicológica

Movie “Cenizas” and its analysis from a cinematographic and psychological perspective

Filme “Cenizas” e sua análise a partir de uma perspectiva cinematográfica e psicológica

Álvaro Javier PAZMIÑO

Universidad UTE/ apazmino@ute.edu.ec

María Teresa RODRÍGUEZ MOSCOSO

mtrodriguezute@gmail.com

Jorge Sánchez de Nordenflycht

jorgee.sanchez@ute.edu.ec

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 140, abril - julio 2019 (Sección Informe, pp. 401-414)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 10-07-2018 / Aprobado: 10-02-2019

Resumen

Este artículo analiza la película “Cenizas”, estrenada en junio del año 2018 por el director ecuatoriano Juan Sebastián Jácome. Para su revisión se realiza una doble lectura donde convergen, por un lado, el argumento, la trama y otros elementos y recursos del filme, y por otro, teorías y conceptos propios de la psicología, tales como el apego, el desarrollo de la personalidad y la salud mental. El estudio es un aporte no solo en la identificación de diferentes formas de discursividad y de formas narrativas presentes en la cinta, sino también a la promoción e información sobre las producciones cinematográficas emergentes que se han gestado en Ecuador durante el último tiempo. Presenta, finalmente, los resultados de investigación desarrollados por el grupo de investigación en Cine de Ficción Ecuatoriano

Palabras clave: cine ecuatoriano; drama; teoría del apego; familia

Abstract

The film “Cenizas”, premiered in June of 2018 by the Ecuadorian director Juan Sebastián Jácome, is analyzed from a double reading where, on the one hand, the argument, the plot and other elements and resources of the film converge, and on the other hand, theories and basic concepts of psychology, such as attachment, personality development and mental health. The present study intends to contribute not only to the identification of different forms of discursivity and narrative present in the film, but also to the promotion and information about the emerging cinematographic productions created in Ecuador during the past few years.

Keywords: Ecuadorian cinema; drama; attachment theory; family

Resumo

O filme “Cenizas”, estreado em junho de 2018 pelo diretor equatoriano Juan Sebastián Jácome, é analisado a partir de uma dupla leitura onde convergem, por um lado, o argumento, o enredo e outros elementos do filme, e por outro, teorias e conceitos típicos da psicologia, como o apego, o desenvolvimento da personalidade e a saúde mental. A presente pesquisa pretende contribuir não só para identificar as diferentes formas de discursividade e das formas narrativas presentes no filme, mas também para a promoção e informação sobre as produções cinematográficas emergentes que foram criadas no Equador durante o último tempo.

Palavras-chave: cinema equatoriano; drama; teoria do apego; família

1. Introducción

El presente informe expresa una investigación en curso que aborda las dinámicas de fomento a la producción cinematográfica en Ecuador, correlacionando factores específicos surgidos durante la época del gobierno de Rafael Correa (2007-2017) y la institucionalidad generada por el CNCINE (Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador), a partir de los productos y resultados fruto de este apoyo. Esta revisión se enmarca dentro del fortalecimiento desde el sistema público, que se rige de acuerdo al artículo 18 del Reglamento de la Ley de Fomento del Cine Nacional:

Los recursos del Fondo de Fomento Cinematográfico serán destinados mediante concurso público a apoyar, ofrecer créditos o premiar la escritura, preproducción, producción, postproducción, coproducción y exhibición de obras cinematográficas ecuatorianas y otras actividades como publicaciones, festivales, muestras, talleres de capacitación y becas de estudio que contribuyan a fortalecer la cultura cinematográfica de la sociedad ecuatoriana¹.

En la actualidad, el ICCA (Instituto de Cine y Creación Audiovisual) sigue con este trabajo, que expresa en su misión: "Fomentar la creación cinematográfica y audiovisual ecuatoriana, y controlar técnicamente la circulación de los contenidos audiovisuales para la promoción y difusión nacional e internacional de producciones diversas, en el marco del ejercicio de la soberanía cultural y del buen vivir"².

Gracias a este marco general, se observa un crecimiento en las ofertas fílmicas presentadas en las carteleras de los cines comerciales del país. En efecto, durante el año 2018 se presentaron 10 largometrajes de ficción en géneros como drama, comedia, terror, *thriller*, *stoner* y biográfico. Conviene subrayar que algunas de estas cintas consiguieron recursos propios para ser realizadas, como es el caso de las películas "La Dama Tapada" y "Minuto Final", con un corte más comercial y sin la pretensión únicamente de presentar una propuesta artística, en muchos casos intimista, como sucede con el filme "Cenizas", el cual es objeto de este estudio.

Estas producciones cinematográficas ecuatorianas están relacionadas con el denominado 'cine emergente', entendido por Pazmiño (2017) como el registro sistemático de imágenes en movimiento a ser proyectadas hacia audiencias locales o regionales, en el cual se recurre a formas de producción limitadas y modestas, y a diversos tópicos de interés social (Tabla 1). Esta forma particular de producción hace posible llevar a cabo rodajes en tiempo record.

1 Recuperado de la web del Observatorio Iberoamericano Audiovisual (<http://www.oia-caci.org/es/descargas/legislacion/>) el 19 de julio de 2019.

2 Recuperado de la web del ICCA (<http://www.cineyaudiovisual.gob.ec/mision-vision/>) el 09 de julio de 2019.

Tabla 1. Estrenos de cine de ficción ecuatoriano en el año 2018

Película	Género
"Cenizas"	Drama
"Verano no miente"	Drama romántico
"Minuto final"	<i>Thriller</i>
"Agujero negro"	Comedia negra
"No todo es trabajo"	Drama
"J.J. El ruiñeñor de América"	Drama musical
"La dama tapada"	<i>Thriller</i> de terror
"Proyecto Bullying"	Drama-comedia
"Ecuadorian Shetta"	<i>Stoner</i>
"3-03 Rescate"	Drama policial

Fuente: elaboración propia.

Dentro de la investigación adelantada, se presenta aquí el estudio del filme: "Cenizas", segundo largometraje del director ecuatoriano Juan Sebastián Jácome. Esta cinta, que se estrenó en Ecuador el 15 de junio de 2018, si bien previamente había realizado una gira de festivales, entre los que se destacan el Miami Film Festival y el IFF Panamá, es un caso relevante pues contó con el apoyo económico del ICCA y del Programa Ibermedia³.

Además, su revisión permite resaltar que el drama social que plantea la película no es ajeno a la realidad que se vive en el contexto ecuatoriano y latinoamericano actual. Esto porque la investigación en curso que adopta una mirada desde la sicología como variable central, que, por un lado, ayuda a evidenciar lo que sucede o pudo haber sucedido para que se generara el contexto del filme, y que por otra parte permite dar una explicación al accionar de los principales personajes. De esta forma, los límites de la investigación se circunscriben a este contexto de interpretación y abordaje en el caso de "Cenizas", a la vez que sirven como un aporte, pues es importante mencionar que no existen investigaciones sobre el cine ecuatoriano desde una perspectiva psicológica, por lo se constituye en una primera exploración y acercamiento al tema.

2. Marco conceptual

2.1. Una mirada desde la sicología

2.1.1. Teoría del apego

La teoría del apego comenzó a esbozarse alrededor de los años 40 con su fundador John Bowlby. Sin embargo, fue en los años 70 cuando sus planteamientos

3 Ibermedia es un programa de estímulo a la coproducción de películas de ficción y documentales realizados en 21 países: España, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, Ecuador, Guatemala, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

generaron importancia en los estudios de salud mental de los niños. Al respecto es importante señalar que esta teoría tiene un trasfondo en común con S. Freud, ya que los dos autores parten del concepto de psiquismo, el cual está relacionado con las carencias afectivas (Mendiola, 2008).

Con este antecedente es importante conocer y resumir someramente los principales tipos de apego: apego seguro, en el que el niño se siente seguro con su madre o tutor; apego evitativo, en el que los niños no muestran malestar al estar lejos de ella (o él), y apego ambivalente, en el que el niño protesta enérgicamente por la separación y no llega a calmarse (Galán, 2010).

2.1.2. Perfil de un acosador

Cualquier tipo de violencia, incluido el acoso sexual, puede afectar gravemente el desarrollo de la personalidad. En este sentido, y aludiendo específicamente a lo que sucede en el ámbito familiar, la Organización Panamericana de la Salud (OPS) define 'violencia' como toda acción u omisión ejercida por algún miembro de la familia -en relación de poder- que perjudique el bienestar, la integridad física o psicológica, la libertad y el derecho al pleno desarrollo de algún otro miembro de la misma⁴.

Sobre el acoso y la violencia sexual, Díaz (2011) plantea que en algunos casos proviene de los restos evolutivos grabados en nuestra psique, mientras que en otros obedecería a trastornos de la personalidad o a determinadas condiciones sociales. De este modo, se considera que la personalidad narcisista (amor patológico por uno mismo) y la reactancia (impulso a desafiar las normas) son rasgos característicos de los violadores.

Así también, y según la persona que ha sido violentada, la UNICEF ha clasificado a la violencia intrafamiliar en tres grandes grupos. En el segundo de ellos se encuentra el maltrato o abandono infantil, que se evidencia si las víctimas son niños o niñas y adolescentes de hasta 18 años, y en el que las formas de violencia pueden abarcar maltrato psicológico o emocional, negligencia, abandono y/o abuso sexual. A este último se lo puede definir como cualquier clase de práctica sexual con un niño, niña o adolescente, por parte de un adulto, sea este un familiar o cuidador que tenga una posición de autoridad o poder sobre el menor (Forero, Araújo R., Godoy D. y Vera R, 2010, pp.104-105).

2.1.3. Salud mental en desastres naturales

Las respuestas ante el estrés se relacionan con un mecanismo de supervivencia y alivio de la tensión emocional. Estos mecanismos, a su vez, están relacionados con la 'resiliencia', entendida como la capacidad de resurgir de la adversidad, adaptarse, recuperarse y volver a una vida significativa y productiva (Rodríguez, 2006).

4 Cfr. en la web de la OPS (<https://www.paho.org/hq/?lang=es>) el 09 de julio de 2019.

El impacto psicosocial que generan los eventos viene dado por la naturaleza de los mismos, así como por las características de la personalidad del individuo y su entorno. Desde esta lógica, los eventos inesperados son los que mayor carga generarían, ya que no dan el suficiente tiempo para desarrollar estrategias de prevención individuales o colectivas.

2.2. Una mirada desde la cinematografía

El análisis de la cinta ecuatoriana “Cenizas” se deriva del proyecto de investigación “Cine de Ficción Ecuatoriano (estrenos 2018)” del grupo GIDIC⁵, el cual consiste en recopilar información basada en observaciones para posteriormente interpretar sus significados a la luz de los contextos culturales, ideológicos y psicológicos de la realidad ecuatoriana. Este enfoque busca construir nuevos conocimientos y explicaciones en torno al cine nacional. Además, al valerse de entrevistas focalizadas a los realizadores de las películas, otorga información relevante que puede ser analizada y contrastada con los mensajes elaborados para la audiencia.

En décadas pasadas, en América Latina se desarrollaron varios intentos para incorporar la lectura crítica de los medios de comunicación y sus mensajes. El objetivo inicial era dar cuenta de la influencia ideológica que los productos publicitarios, las películas, los programas de televisión y otros productos culturales ejercen en los espectadores. De esta manera también se develaban los valores y las formas de socialización que surgen desde lo cotidiano y desde las mismas estructuras sociales, económicas y culturales.

Según Carmona (2010) se debería considerar a los filmes como apartados textuales que se pueden deconstruir para un análisis -en este caso académico-enfocado en las estructuras narrativas o no narrativas. En otras palabras, en la medida que los espectadores identifiquen distintos elementos en las películas (comportamiento, léxico, vestuario, etc.) se convertirán en entes activos y reflexivos en busca de significados. A esto, el autor agrega:

Podemos definir la actividad denominada “comentario textual filmico” como el conjunto de operaciones realizadas sobre un objeto “film” con el fin de describir su modo de funcionamiento estructural y el significado que sirve de base para su articulación como tal objeto..., cuando el film es abordado desde el punto de vista del espectador o espectadora concretos en una situación concreta (Carmona, 2010: 45).

Así, el espectador puede identificar los elementos ‘sintagmáticos’ (códigos estándar del lenguaje filmico, como planos, tiros de cámara, movimientos, etc.) correlacionándolos con la parte ‘paradigmática’ de la película (estructura

5 GIDIC (grupo de investigación de diversidad inclusión y convivencias) con registro número: GR-CAH-01-2018 de la Universidad UTE que se enfoca en la línea de investigación sociedad, comunicación y educación con expertos en las áreas de: movilidad humana, género, educación, psicología y lenguaje audiovisual.

narrativa) para identificar un sistema narrativo que pretende dar significado a lo expuesto por el director de la obra. Este análisis conjuga dos aspectos: reconocimiento y comprensión.

3. Metodología

El estudio se basó en un análisis fílmico cualitativo a partir del cual se elaboraron descripciones tanto de los elementos de la película como de los preceptos psicológicos que se enmarcan en el contenido de la misma.

Con este propósito se realizó una revisión bibliográfica de un conjunto de temas que se relacionan con el desarrollo del filme y que, a su vez, se vinculan con la realidad sociocultural donde la película tuvo lugar: Quito y la zona del volcán Cotopaxi. En la búsqueda de referencias teóricas y metodológicas se priorizó a los tres elementos psicológicos ya mencionados: el apego, la salud mental en desastres naturales y el perfil de un acosador, los cuales están presentes en un gran número de escenas.

Para complementar y enriquecer las descripciones, especialmente desde el punto de vista cinematográfico, se realizó una entrevista semiestructurada con el autor de la obra, el cineasta ecuatoriano Juan Sebastián Jácome. El cuestionario abordó aspectos relacionados a la creación de la película, el trabajo actoral y el contexto social, entre otros. La entrevista se realizó de manera personal en un set universitario de televisión, instancia en la que se aplicó dicho instrumento y en la que se obtuvo información de primera mano que sirvió para articular la investigación y otorgarle visos de interés al análisis.

Las descripciones se construyeron en torno a cuatro categorías: 'ficha técnica', 'sinopsis', 'estructura' y 'lectura del filme'. Las tres primeras corresponden a elementos de la película, mientras que la última ('lectura del filme') refiere a los marcos psicológicos y cinematográficos comentados más arriba, subdividiéndose en dos tipos de lecturas: 'cinematográfica' y 'psicológica'.

4. Resultados y discusión

4.1. Ficha técnica

Tabla 2. Ficha técnica “Cenizas”

Función	Nombre(s)
Director	Juan Sebastián Jácome
Productora ejecutiva	Irina Caballero
Productores	Irina Caballero, Andrew Hevia, Germán Tejeira
Guión	Juan Sebastián Jácome
Editores	Julián Goyoaga, Germán Tejeira
Dirección de fotografía	Simón Brauer
Música	Xavier Müller
Sonido	Estebanoise Brauer
Diseño de producción	Emilia Dávila
Vestuario	Carmen Dávila Falconí
Asistencia de dirección	Carlos Ramírez
Intérpretes	Samanta Caicedo, Diego Naranjo, Juana Estrella, Estela Álvarez, Pavel Almeida

Fuente: www.abacafilms.com

4.2. Sinopsis

Caridad no ha hablado con su padre en años, no lo ha hecho desde que él dejó el hogar bajo una ola de sospechas y acusaciones. Pero eso cambia cuando un volcán vecino despierta con una explosión de cenizas y Caridad se encuentra aislada y atrapada en la zona de riesgo. Sin mayor opción, ella contacta a su padre y confronta las emociones que reprimió durante tantos años.

“Cenizas” es un drama intimista y el segundo largometraje del director Juan Sebastián Jácome. Esta obra examina a una familia en crisis, ambientando su historia bajo la penumbra amenazante de un desastre natural. Junto a Samanta Caicedo, quien interpreta a Caridad, y a Diego Naranjo, quien actúa como Galo, Jácome retrata los instantes y las sensaciones que llevan a una mujer a enfrentar un tema tabú que fue enterrado durante muchos años⁶.

4.3. Estructura de la película

4.3.1. Acto I

- Inicio.
- Crisis por desastre natural:

6 Fuente: <http://www.abacafilms.com/esp/peliculas/cenizas/>

1. Erupción del volcán Cotopaxi, caída de ceniza.
2. Caridad busca desesperadamente algo en una caja. Encuentra un número telefónico escrito en un papel.
3. Decisión de la llamada telefónica.

- Primer punto de giro:

4. Pedido de ayuda al usuario de ese número telefónico.

Tabla 3. Análisis sicológico del acto I

1	Erupción del volcán Cotopaxi	Salud mental en desastres naturales
2	Caridad busca algo en la caja	Perfil de un violador
3	Decisión de la llamada telefónica	Perfil de un violador
4	Pedido de ayuda al usuario del N° telefónico	Salud mental en desastres naturales

4.3.2. Acto II

- Desarrollo.

- Caridad sale de su zona de confort:

5. Caridad llega a una casa antigua.
6. Tiene un sentimiento de dolor por lo que no sabe si ingresar o no.
7. Conoce a la nueva esposa de su padre.
8. Caridad ingresa a la cocina.
9. Caridad no acepta la bebida que le ofrecen.
10. Galo, el padre de Caridad, la lleva a un sofá para que pase la noche.
11. Caridad dialoga con su padre sobre su novio de España.

- Conflicto interno:

12. Caridad informa que se va a casa de su amiga.
13. El padre pregunta a Caridad sobre su hermana.
14. Caridad no responde las llamadas de su hermana que supuestamente vive en Colombia.
15. Caridad se encuentra con su abuela que ahora está muy anciana.
16. Caridad le cuenta a su padre que está embarazada.
17. El padre y Caridad van a un pequeño restaurante.
18. El padre ve la foto de la hermana de Caridad en el perfil de una llamada mientras ella va al baño.
19. Caridad se enoja y arroja el teléfono.
20. Galo indica a Caridad los dibujos que ella hacía cuando era niña.

- De regreso en su zona de confort (pese a la condición de desastre):

21. Galo se encuentra con el novio de Caridad.
22. El novio de Caridad pelea con Galo y le propina un golpe.

Tabla 4. Análisis psicológico del acto II

5	Caridad llega a una casa antigua	Teoría del apego
13	El padre pregunta a Caridad sobre su hermana	Perfil de un violador
14	Caridad no responde las llamadas de su hermana que supuestamente vive en Colombia	Perfil de un violador
15	Caridad se encuentra con su abuela que ahora está muy anciana	Teoría del apego
16	Caridad le cuenta a su padre que está embarazada	Salud mental den desastres naturales
17	El padre y Caridad van a un pequeño restaurante	Teoría del apego
18	El padre ve la foto de la hermana de Caridad en el perfil de una llamada mientras ella va al baño	Perfil de un violador
19	Caridad se enoja y arroja el teléfono	Perfil de un violador
20	Galo indica a Caridad los dibujos que ella hacía cuando era niña	Teoría del apego

4.3.3. Acto III

- Clímax:

23. Galo ingresa a la casa de Caridad.

24. Caridad pregunta a Galo sobre la situación de su hermana.

25. Galo culpa a la hermana de lo sucedido.

- Final:

26. Galo y Caridad regresan a la ciudad.

27. En posición de derrota se visibiliza un conflicto aparentemente solucionado.

Tabla 5. Análisis psicológico del acto III

23	Galo ingresa a la casa de Caridad	Perfil de un violador
24	Caridad pregunta a Galo sobre la situación de su hermana	Perfil de un violador
25	Galo culpa a la hermana de lo sucedido	Perfil de un violador
26	Galo y Caridad regresan a la ciudad	Salud mental en desastres naturales
27	En posición de derrota se visibiliza un conflicto aparentemente solucionado	Perfil de un violador

4.4. Lecturas del filme

4.4.1. Lectura cinematográfica

La producción ecuatoriana “Cenizas” es un drama intimista que fue creado en dos fases por su director. La primera fue hace más de una década, entre los años 2005 y 2006, cuando se concibió la idea de la historia: una relación entre padre e hija que no se han visto desde hace años. Esta idea se plasmaría en el transcurso de un solo día. Como comenta el mismo Jácome (entrevista personal,

junio de 2018), esta experiencia entre los dos personajes se enfoca en una relación que nunca tuvieron y en los motivos de su separación.

La segunda parte estuvo inspirada en la erupción del volcán Cotopaxi en el año 2015. El volcán cobra protagonismo en la historia y es una suerte de personaje omnipresente. Además, el evento hace pensar al espectador lo rápido que pueden cambiar las cosas. Los mismos protagonistas de la cinta deben salir de su zona de confort a causa de la emanación de cenizas. Esta transgresión a la normalidad provocará un descentramiento emocional en Caridad y Galo que los llevará a recordar eventos de violencia intrafamiliar no superados por ambos.

Así, uno de los simbolismos utilizados es el volcán y su relación con el acontecimiento de la erupción, constituyéndose en una suerte de olla de presión emocional que se ha ido acumulando durante años. El evento de la ceniza va agotando la tranquilidad emocional de Caridad, quien está a punto de estallar con una serie de reclamos hacia su padre. La misma ceniza es un elemento simbólico que representa esa molestia, un malestar que no deja respirar ni ver. Es un velo de la misma realidad que afronta la protagonista frente a su pasado. Es el peso que cargan los personajes y una inconformidad que está latente, pero que no se puede ir fácilmente. En otras palabras, se constituye en la representación de lo compleja que puede ser la psiquis de una persona.

Para crear la cinematografía adecuada para la película el director se inspiró en dos referentes muy concretos:

La primera visión es saber qué es lo que te pide la película. Luz opaca, tal vez como nublado, nos pedía colores azules por esto de la relación... Esta película se trata mucho sobre el silencio, entonces se trata sobre lo que no se ha hablado y sobre el hermetismo que ha habido dentro de esta familia. Esos son mis puntos de partida. Ya con esos elementos yo empiezo a buscar referencias visuales y una referencia muy importante fue "Azul", del polaco Krzysztof Kieślowski, por los colores, obviamente por el azul. También nos fuimos mucho por el cine irlandés... En Irlanda existe este tipo de luz que nosotros buscamos. Tal vez no es tan natural aquí en el Ecuador, pero si es natural el rato que empieza a caer ceniza. (J.S. Jácome, entrevista, junio de 2018)

Al ser un drama intimista, la cinta apela a un montaje pausado, con el refuerzo de planos generales que refieren a la idea del evento natural (caída de ceniza). Sin la necesidad de recurrir a una gran cantidad de cambios de planos, la historia se construye con la interpretación que plasman los actores: sus diálogos y lo que callan forman el sentido del mensaje filmico. La escena más compleja de la película es la pelea que tienen Galo y el novio de Caridad, Arturo. Según Jácome fue muy complejo rodarla, ya que el actor se había incorporado ese día al rodaje. Además, la necesidad de un ambiente nublado, la generación de ceniza y de una coreografía de pelea hicieron difícil la continuidad visual.

Al ver la película, uno de los aspectos que destaca es la actuación de Diego Naranjo, quien interpreta a Galo. Jácome (entrevista personal, junio del 2018)

comenta que al inicio dudaba de la aparición del actor en la cinta, por su aspecto pulcro y feliz. En una segunda prueba de *casting*, Jácome vio el potencial actoral de Naranjo y de ahí en más se enfocaron en dar con la transformación física y emocional que debería presentar Galo. Paralelamente, el actor realizó una investigación de artistas plásticos para referenciar su comportamiento (su personaje era un artista y la caracterización debía ser creíble).

Una de las lecturas ineludibles de “Cenizas” se relaciona con las perspectivas de género que aborda la cinta. Al respecto, el director comenta:

(...) obviamente la película trata el tema del abuso sexual y la violencia de género, pero de una forma indirecta, o sea, habla de las víctimas indirectas de la violencia de género. Caridad, en este caso, es una víctima porque fue separada de su padre, nunca entendió el porqué y nunca se le permitió preguntar por qué. Entonces, indirectamente ella es una víctima del abuso sexual, una víctima del silencio y una víctima de la falta de comunicación. (J.S. Jácome, entrevista, junio del 2018)

Dentro de la observación realizada durante la investigación, se resalta la experiencia debatida en un cine foro llevado a cabo en la Casa de la Cultura Ecuatoriana, en el que la película se presentó a grupos de defensores de los derechos de la mujer y la familia. La receptividad frente al filme no fue la deseada, ya que las representantes de los grupos consideraron que lo idóneo hubiera sido que Galo sea llevado a la justicia por todas las atrocidades cometidas. En ese sentido, este acalorado debate aportó a una lectura de cierre y propuesta de reflexión sobre los casos de violencia intrafamiliar. Si bien la película no los presenta directamente, esto ha provocado la posibilidad de abrir un debate en torno a la impunidad de casos de maltrato en el contexto ecuatoriano.

4.4.2. Lectura psicológica

Es preciso introducirse en esta segunda lectura haciendo referencia a la situación de la protagonista (Caridad) y a su dinámica familiar desde su infancia temprana. Aunque estos antecedentes no son parte de la trama, se analizará su influencia directa en el desarrollo psicosocial de la protagonista, desde la óptica de la teoría del apego. Pese a que el apego se da durante los primeros años de la vida del infante y se enmarca en la relación de éste con su cuidador o tutor, constituye uno de los indicadores más certeros del desarrollo de la personalidad del individuo, manifestándose en cambios que operan a nivel estructural, funcional y comportamental (Ferreiros Peña, 2017).

Es importante señalar que estos aspectos psicológicos cumplen tal relevancia que en muchas jurisdicciones se han creado leyes especiales que les brindan cobertura. Como plantea Carvajal (2011), es necesario fortalecer los derechos de los niños desde su nacimiento, sobre todo en lo que atinge al lazo que se construye con los padres, que es donde se inicia el desarrollo cognitivo, afectivo y emocional que dotará a los infantes de las herramientas para un crecimiento

empoderado y seguro hasta la adultez. Haciendo un anclaje con la protagonista del filme, se evidencia que este lazo no se encuentra consolidado y que la película responde a una realidad que se pone de manifiesto en la sociedad ecuatoriana.

A partir de lo anterior puede observarse una ambivalencia en los sentimientos de Caridad (la protagonista) con respecto a su padre (Galo), ya que aún desde el inicio de la trama el sentimiento de seguridad que se supone debe ofrecer una familia no se encuentra fortalecido, por lo que el acercamiento entre padre e hija se da de una forma forzada y solo ante la amenaza de un evento catastrófico.

Ya se ha abordado a la infancia como un aspecto introductorio, pero en este punto es preciso preguntarse qué sucede con la vida afectiva y sexual del individuo en su adultez. Como plantea Becerril (2012), la relación de pareja en la etapa adulta es la imitación de la relación entre el niño y su figura de apego. Cada miembro de la pareja se relaciona con el otro en función de ese patrón -previamente configurado a lo largo de su vida-, aportando a la relación conductas que han sido aprendidas y desarrolladas durante su historia afectiva. Estas conductas, a su vez, pueden verse reforzadas o disminuidas.

En síntesis, si en la niñez hubo apego seguro, entonces las relaciones en la adultez serán confiadas y positivas. Por el contrario, si el apego fue ansioso, las relaciones serán dependientes y con una continua necesidad de confirmar los afectos. Por último, si el apego fue evitativo, las relaciones serán desconfiadas y distantes.

Por otra parte, al hablar de desarrollo psicosexual siempre se ha considerado a Sigmund Freud como el autor que fundó o dio pie a estas teorías al plantear que el desarrollo y patrones de comportamiento adquiridos en la niñez son cruciales en la maduración del individuo (Font, 1990). Así, desde la 'etapa oral' (que se da durante los primeros años de vida) hasta la 'genital' (que se extiende hasta la muerte y que se constituye como la última etapa) ha pasado un largo trecho por el cual se consolidan las conductas aprendidas en la infancia. Estas últimas, a su vez, garantizarían el éxito (o el fracaso) en las etapas venideras (Font, 1990).

En un intento por explicar desde esta perspectiva el perfil de un violador o acosador, que para efectos de este análisis se centra en Galo, el padre de Caridad, se parte de la idea de que la última etapa del desarrollo psicosexual ('genital') está directamente relacionada con el inicio de la pubertad, donde se da un aumento de la vida pulsional que causará en el individuo una conmoción emocional. Esta conmoción puede hacer vulnerable a la personalidad, cuestión que -si no es bien manejada- podría conducir al individuo en direcciones inadecuadas en algunas situaciones psicosociales.

Una violación es una agresión sexual en la que un individuo mantiene relaciones sexuales no consentidas con otro. Al analizar el perfil de los violadores se estima que, en la mayoría de casos, quienes perpetran la agresión son conocidos o familiares de las víctimas (Castillero, 2017), tal como se da a entender en la película. Las secuelas suelen evidenciarse en depresión, ansiedad, dependencia emocional y trastorno de estrés postraumático, siendo

éste último el más frecuente. Por otro lado, los violadores tienden a buscar a víctimas a las que consideran más débiles o de las que conocen sus puntos débiles para aprovecharse de ellas. Adicionalmente, los agresores suelen tener sentimientos de inferioridad y frustración, lo que demuestran en su deseo de dominar al otro. Además, no suelen anticipar las consecuencias de sus actos y normalmente evaden su responsabilidad, muchas veces culpando a la víctima, tal como sucedió con Galo al culpar a Lisa (hermana de Caridad).

Hay que considerar que los efectos de una violación crean serias rupturas familiares, más aún si el agresor también es un familiar. En este último caso la ruptura se transforma en una catástrofe que se manifiesta como un rencor recurrente y una necesidad inminente de olvidar o borrar lo sucedido (Urrea, 2013), como se hace evidente en la película con el notorio silencio de Lisa -incluso hacia su hermana-. Al ser el padre el agresor, la niña tiene efectos más duraderos y profundos, pues pierde la confianza en quien debería representar su protección y seguridad.

Por último, otro aspecto importante que se debe analizar es la situación de crisis en la que se desarrolla la trama de la película, la cual es vivida por Caridad en un momento de vulnerabilidad tanto por su embarazo como por la caída constante de ceniza (J.S. Jácome, junio de 2018). Dicha situación podría ser una forma sutil de anuncio de un fenómeno natural incontrolable, como lo es la posible erupción del volcán. Este hecho genera cambios o reacciones en los individuos, los cuales van desde manifestaciones psicósomáticas -como exceso de apetito, problemas digestivos, erupciones cutáneas, náuseas y palpitaciones- hasta dificultades de tipo emocional -como estrés, irritabilidad, dificultad para concentrarse, problemas laborales y familiares-. Estos cambios o reacciones dependerán del grado de vulnerabilidad de las personas, de su experiencia y del soporte social y familiar con el que cuentan. También estarán en relación con la naturaleza del fenómeno adverso, pudiendo ser de inicio súbito o lento.

Es importante mencionar que, como describe Bambarén (2011), los terremotos o las tentativas de los mismos son los que generan mayores efectos en la salud mental de la población, dada la naturaleza histórica de los mismos, así como por las secuelas físicas y económicas que dejan.

5. Conclusiones

El autor del filme decide conscientemente colocar a los personajes en una posición vulnerable frente al contexto de un desastre natural, con lo que hace que afloren en ellos distintos sentimientos que estaban ocultos. Es así que el manejo del apego y, en este caso, del 'desapego', se evidencia en la ausencia de una figura paterna idónea en la biografía de Caridad (la protagonista) y en la estructura disfuncional de su familia. Pese a que la película no revela la verdad sobre la relación del padre de Caridad con su otra hija, sí deja en entredicho las intenciones del mismo, situación que haciendo un vínculo con lo que antes

se mencionó permitió que estos sentimientos en un momento afloraran, generando un sentimiento ligado al conflicto, aun cuando éste detonara mucho tiempo después del desarrollo de los acontecimientos. Una familia disfuncional desestabiliza a sus miembros, dejándolos también en una situación de vulnerabilidad.

Finalmente, y ampliando el análisis, se puede interpretar que Galo (padre de Caridad) abusó o intentó abusar de su hija mayor (hermana de Caridad), situación que él jamás asume, pues no logra identificar ni el hecho ni la posición o los sentimientos del individuo que sufrió la agresión. Por lo tanto, dicho personaje nunca llega a comprender la reacción de los demás frente a estos hechos. Si bien el filme no está basado en una historia verídica, si puede reflejar o graficar una circunstancia no lejana a lo que sucede en la realidad latinoamericana en general y ecuatoriana en particular.

Este tipo de producciones cinematográficas responden a una visión del autor no permeada por influencias y estructuras comerciales, ya que son financiadas por fondos concursables nacionales e internacionales. En este sentido, el director tiene libertad creativa para presentar su obra sin estar condicionado por el mercado cinematográfico. Esto impulsa a las producciones a espacios de proyección más selectos, como aquellos que se generan en el marco de los festivales de cine. Con ello la cinta no solo puede alcanzar reconocimiento por parte de la crítica especializada, sino también captar audiencias en otras latitudes y contextos culturales.

Referencias bibliográficas

- Bambarén, C. (2011). Salud mental en desastres naturales. *Revista Psicológica Herediana*, 6(1), 20-25.
- Becerril, E. (2012). *Teorías del apego en las diferentes etapas de la vida*. Santander: Escuela Universitaria de Enfermería Casa Salud Valdecilla.
- Caballero, I., Hevia, A., Tejeira, G. (productores) & Jácome, J.S. (director). (2018). *Cenizas* [película]. Ecuador: AbacaFilms.
- Carmona, R. (2010). *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra Signo e Imagen.
- Carvajal, M. (2011). El apego como principal factor protector de la primera infancia. *Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales*, (61), 1-5.
- Castillero, O. (2017, 07 de enero). Perfil psicológico del violador: 12 rasgos en común. ¿Cómo es la personalidad de los violadores y cómo podemos detectarlos? *Psicología y Mente*. Recuperado de <https://psicologiaymente.com/forense/perfil-psicologico-violador-rasgos>
- Díaz, A. (23 de mayo de 2011). El cerebro depredador. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/elmundosalud/2011/05/20/sexualidad/1305904624.html>
- Ferreiros Peña, M. (2017). Apego seguro y desarrollo del infante en poblaciones vulnerables. *Avances en psicología*, 25(2), 139-152.
- Font, P. (1990). *Desarrollo psicosexual*. Valencia: Instituto de Estudios de la Sexualidad y la Pareja. Recuperado de <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd90/o3o1fondes.pdf>

- Forero, L.C.A., Araújo Reyes, A.P., Godoy Díaz, A.P., Vera Rueda, M.E. (2010). Maltrato infantil y sus consecuencias a largo plazo. *MedUNAB*, 13(2), 103-115. Recuperado de <https://revistas.unab.edu.co/index.php/medunab/article/view/1155>
- Galán, A. (2010, doc). El apego. Más allá de un concepto inspirador. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 30(4), 581-595. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So211-57352010000400003
- Mendiola, R. (2008). Teoría del apego y psicoanálisis. Peter Fonagy. Editorial Espaxs S.A. (2004), Barcelona. *Clínica y Salud*, 19(1), 131-134. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1130-52742008000100007
- Pazmiño, A. (2017). Cine emergente en Ecuador: poder y corrupción. *Ética & Cine*, 7(3), 63-69.
- Rodríguez, J., Zaccarelli Davoli, M., y Pérez, R. (Eds.) (2006). *Guía práctica de salud mental en situaciones de desastres*. Washington D.C: Organización Panamericana de la Salud.
- Urra, J. (2013, marzo-abril). Abusos y agresión sexual en la familia. *Crítica*. Recuperado de <http://www.revista-critica.com/la-revista/monografico/analisis/47-abusos-y-agresion-sexual-en-la-familia>
- Entrevista: Juan Sebastián Jácome, director filme: "Cenizas, junio 2018



Cartografía del limbo. Devenires literarios de La Habana a Buenos Aires

Editores: Nieves Pascual Soler, Ángeles Mateo del Pino

Editorial: Verbum

Año: 2017

Páginas: 360

ISBN: 978-84-9074-613-4.

Transitar nuevos caminos siempre resulta enriquecedor como evidencia *Cartografía del limbo. Devenires literarios de La Habana a Buenos Aires*, recorrido que comienza en el Coloquio Internacional sobre América Latina “Orillas de lo prohibido” celebrado el 17 de mayo de 2013 en Las Palmas de Gran Canaria, en cuyas comprensiones y reflexiones se halla la génesis de este volumen. En la introducción, “Muestrario de exclusión. Heterotopía de desviación”, las editoras señalan la continuidad del debate que suscitó aquel encuentro que se ocupaba de espacios periféricos, aproximándose a obras o autores que por motivos diversos habían sido censurados o no aceptados en el ámbito cubano y argentino. Asimismo este estudio preliminar dibuja minuciosamente el itinerario y aclara aquellas interrogantes que surgen en torno al título y a su relación con aquel del coloquio, la coherencia y el enlace de conceptos o términos como “orillas” y “prohibido” en un primer momento y “cartografía”, “limbo” y “devenires” posteriormente, así como realiza un cuidadoso comentario sobre la elección de la portada, la estructura del libro en dos bloques correspondientes a cada zona geográfica y el contenido de cada ensayo.

Nos adentramos a este escenario ex-céntrico o heterotópico, en tanto espacio de exclusión que se aleja de los saberes hegemónicos y se sitúa fuera del ámbito de poder, ya desde la sugerente imagen de cubierta diseñada por Pedro José Pérez Pérez a partir de la obra *Cristo en el Limbo* (c. 1575), realizada por un seguidor de El Bosco. Este lugar caótico y colmado de seres “extraños” que se observa en la ilustración será el pórtico del limbo metafórico de esta cartografía que muestra realidades incomprendidas y relegadas por apartarse de la “normalidad” o el orden establecido.

Desde esta perspectiva del limbo como símbolo del “no lugar” o espacio marginal, en el apartado “De La Habana...”, Luis Miguel Rodríguez Díaz iniciará

este devenir literario con un análisis de *Paradiso* de José Lezama Lima; la narrativa de Cristina García será abordada por Nieves Pascual Soler y Mariola Pietrak; Franciso Juan Quevedo nos acercará la obra del escritor canario J. J. Marcelo Armas, en su relación con la isla caribeña; Nanne Timmer se enfocará en *Boring Home* de Orlando Luis Pardo Lazo; Pedro Flores se ocupará de la obra de Luis Rogelio Nogueras; la insinuación de la música cubana será eje del estudio de José Yeray Rodríguez Quintana y cerrará este bloque el ensayo de Adriana Churampi en torno al exilio cubano en Perú en los años ochenta.

Por su parte, el apartado “...A Buenos Aires” también se caracteriza por la variedad de realidades interpretadas desde el concepto de heterotopía que atraviesa toda la compilación: el drama *Los invertidos* de José González Castillo será el punto de partida del primer texto de este bloque, en el que Ángeles Mateo del Pino reflexionará sobre la disidencia sexual; Jorge Monteleone se centrará en la dramaturgia de Griselda Gambaro y su capacidad de revelar verdades silenciadas, el largometraje *Happy Together* dirigido por Wong Kar-wai e inspirado en *The Buenos Aires affair* de Manuel Puig será el tema del artículo de Francisco Ponce Lang-Lenton; Dardo Scavino se detendrá en la relación entre el impulso natural del ser humano y la moral oficial, partiendo de la novela *El derecho de matar* de Barón Biza; el texto de Mario Cámara girará en torno a *Diario argentino* de Witold Gombrowicz; la subversión en la escritura de Osvaldo Lamborghini, especialmente a partir de su relato “El niño proletario” será tratada por Agnieszka Flisek; Bárbara Jaroszk se abrirá el debate acerca del tratamiento de la historia oficial argentina del siglo XIX en la narrativa actual como forma de resistencia; finalmente, María A. Semilla Durán será quien a través de la obra *La carne de Evita* de Daniel Guebel se acerque a estas “orillas de lo prohibido”.

Tras esta breve mención de los variados asuntos que conforman *Cartografía del limbo. Devenires literarios de La Habana a Buenos Aires* podemos afirmar que dar cuenta de esta obra es participar de las márgenes, profundizar en obras que cada vez menos se encuadran dentro de la “literatura menor” y dar cabida a la diversidad en su sentido más amplio.

Cecilia Salerno

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Monopolização x Diversidade de Perspectivas na mídia regional do Brasil

Autores: Jacques Mick e João Kamradt

Editorial: Insular, Florianópolis

Año: 2017

Páginas: 218

ISBN: 978-85-7474-972-3

Monopolização x Diversidade de Perspectivas na mídia regional

O livro aborda os efeitos do avanço do maior conglomerado regional de mídia do Brasil no principal mercado além das capitais São Paulo e Rio de Janeiro – o Sul. Trata-se do detalhamento da compra do jornal *A Notícia*, pelo grupo RBS (Rede Brasil Sul de Comunicação), e os impactos desta transação para a imprensa de Joinville - maior cidade do estado de Santa Catarina. O trabalho suscita debates importantes para compreensão da mídia brasileira: o controle da mídia por conglomerados nacionais e regionais e os efeitos práticos disso para a sociedade e para os profissionais de comunicação.

O texto monitorou as transformações ocorridas na empresa catarinense ao longo de dez anos, após a incorporação pelo conglomerado. Os argumentos foram divididos em três eixos: a atuação do grupo RBS em Santa Catarina, com ênfase no “apequenamento” de *A Notícia*; as transformações profissionais ocorridas; no novo cenário, em constante mudança, configurado a partir da nova vertente editorial do jornal.

O primeiro capítulo, *RBS, oligopólio em expansão*, contextualiza o leitor sobre a disposição da rede de veículos e inicia a narrativa sobre a compra de *A Notícia*. A afiliação com o grupo Globo reforça as estratégias de eliminação dos concorrentes locais, externamente, mas oferece pouca autonomia às afiliadas, internamente. Em 2015 as empresas somavam oito jornais diários, 25 rádios, 18 TV's abertas, dois canais de TV comunitária, um canal a cabo e dez portais de internet. Tem receita líquida, desde 2008, superior a R\$ 1 bilhão. Em 2016, vendeu todos os veículos do espaço catarinense para os empresários Lirio Parisoto e Carlos Sanchez, que criaram o grupo de Nossa Santa Catarina.

A aquisição de *A Notícia*, em 2006, por cerca de R\$ 48 milhões expõe como o conglomerado abordou o impresso regional de maior impacto no estado. O

jornal de Joinville tinha a segunda maior tiragem, 31 mil exemplares, ficando atrás do *Diário Catarinense*, do conglomerado gaúcho, com 42 mil. A primeira mudança significativa foi a troca do slogan “catarinense de verdade” por “traduz seu mundo”. Ele fazia uma alusão ao concorrente da capital (da RBS). Em 2008 houve uma queda na circulação de *A Notícia* para 21.605 mil jornais ao dia. Um dos possíveis reflexos da mudança de posicionamento, de um jornal estadual/regional, para uma mídia estritamente local. As demais coberturas externas ao Norte catarinense dependiam do conteúdo produzido (e republicado) pelo antigo concorrente, e agora parceiro, *Diário Catarinense*.

Nesta etapa, os autores deixaram de contextualizar melhor o leitor de outras regiões sobre o cenário da mídia catarinense. Dentre os três estados do Sul, é o único a não sediar um conglomerado de radiodifusão - o que o torna terreno de disputa da RBS (Rio Grande do Sul) e da Rede Independência de Comunicação (RIC) (Paraná), afiliada ao Grupo Record. Essas duas empresas “externas” controlaram (até 2016) os três jornais existentes na capital e alguns importantes veículos no interior. Trata-se do único estado na região no qual a principal cidade, em população, não é a capital. Tal configuração aponta uma autonomia de empresas no mercado fora da capital, afiliados a redes de referência nacional e empresas independentes do mercado de Florianópolis.

O segundo capítulo, *Um balanço das críticas sobre as mudanças editoriais*, considera as modificações editoriais a partir do controle da empresa. Este passou de grupo da elite local para o conglomerado gaúcho: “A aquisição de *A Notícia* reforçou o poder monopólico do grupo RBS de arbitrar os preços de publicidade, em mídias direcionadas aos mercados mais populosos do estado. Isso significa a possibilidade de ampliar a participação do grupo no mercado de veiculação publicitária em Santa Catarina, que movimentou, em 2010, R\$ 1,026 bilhão” (p. 58). Esse controle refletia até nos valores cobrados por assinatura, tendo em vista que detém os maiores títulos do estado.

A seção *Um caso: a cobertura das eleições* traz conteúdo importante para entender atores políticos midiáticos no estado, além de expor os interesses políticos das organizações midiáticas. Os autores identificaram a combinação de um padrão de relacionamento mais formal com a RBS e um padrão político de envolvimento com os outros diários do interior na cobertura da gestão do governo de Luis Henrique da Silveira (2002 - 2010). Neste capítulo surge um questionamento que ecoa em outras partes do livro: qual controle é “melhor”? o do conglomerado ou de elites locais?

No terceiro capítulo, *Os jornalistas observam a concentração*, a figura dos profissionais é enfatizada, por meio de entrevistas, e tem suas ações e práticas interpretadas à luz do conceito de *habitus* - aptidão social variável através do tempo, do lugar, das relações de poder -, de Bourdieu. Neste tópico os autores problematizam o uso da metodologia da entrevista, pois os entrevistados dominam esta técnica - a falta de transparência do grupo RBS e a impossibilidade de uma observação participante foram justificativas plausíveis para o uso desse

recurso. A fala anônima de repórteres e editores ilustrou a tensão na qual trabalhavam. A melhoria de infraestrutura do jornal foi destacada em muitas falas, mas contrastava com o acúmulo de tarefas em prol da sinergia dos veículos: “O contrato é multimídia e o salário é monomídia (Repórter E)” (p. 95). A carga de tarefas aumentou com a demissão do quadro de profissionais.

O quarto capítulo, *Monopolização e choques de cultura na empresa*, discutiu a passagem de uma cultura de tradição e propriedade familiar, com *habitus* profissional frágil (a presença de um curso superior na cidade foi recente) para um modelo empresarial, caracterizado pelo profissionalismo. Neste último, os jornalistas atendiam a metas de resultados e eram recompensados com participação de lucros. Os autores apontam a cultura como estratégia de dominação simbólica para modelar os profissionais.

Uma ruptura cultural significativa foi a mudança na relação com o *Diário Catarinense* – o jornal de Joinville passou a ser “subordinado” ao seu principal concorrente. Isso ocorreu quando o grupo deslocou a produção de *A Notícia* do âmbito estadual para um hiperlocal como estratégia de reduzir a participação do veículo. Este processo foi criticado por profissionais. Houve reclamações acerca da supervalorização dos eventos produzidos pelo grupo gaúcho nas páginas do jornal de Joinville. Tal conduta se assemelhava com a relação que o antigo proprietário do jornal mantinha com políticos. Mudou o controle da mídia, mas a prioridade de interesses permanece.

No capítulo *Multifuncionais, superexplorados - e impassíveis*, os autores trazem uma das principais contribuições do trabalho: o conceito de localismo de bandeira. Ele reflete a forma como a RBS elegeu para noticiar o estado e organizar a sua produção noticiosa de modo que ela fosse reaproveitada em outras mídias. Essa multifuncionalidade reflete a considerável baixa de funcionários e a atribuição de novas funções para atender uma cultura profissional de maximização de resultados. Joinville, Florianópolis, Blumenau e Itajaí foram as cidades escolhidas como pólos noticiosos. A empresa delimitou temas fixos (bandeiras) de impacto social, econômico e político previamente escolhidas. Isso permitiria a valorização do local, mas silenciava temas relevantes à sociedade fora destes holofotes preestabelecidos.

O “apequenamento” do jornal foi ilustrado com a diminuição dos profissionais (passaram de 65 para 23, em 10 anos), do tamanho dos textos, do número de páginas, na diminuição da escuta de fontes e do maior aproveitamento de textos entre as mídias da RBS. Paralelamente houve uma valorização do site do jornal, o que tornou os jornalistas restantes em produtores de conteúdo. Para os autores, esta lógica só foi possível pelo compartilhamento de conteúdos entre as mídias – todos os infográficos da RBS são feitos em Porto Alegre (*Zero Hora*) ou em Florianópolis (*Diário Catarinense*) – e pelo amplo aproveitamento de releases de órgãos públicos.

A discussão do sexto capítulo, *Os críticos se conformam*, é sobre a redução da pluralidade de coberturas e na diminuição de diversidade de vozes

impostas à esfera pública catarinense – sobretudo de economia e de política - com a monopolização. Os autores destacam que este controle transformou o *habitus* dos jornalistas ao redefinir as dimensões do campo e ao afetar suas estruturas, pela maximização do alcance de uma cultura corporativa” (p. 193). O domínio do mercado afetou também os jornalistas, que tiveram a sua cultura profissional apropriada e ressignificada pela empresa, convertendo os saberes em conhecimento privado. O conglomerado estimula expectativas nos funcionários (de oportunidades no grupo), contrastando com a frustração das rotinas multitarefas.

O livro é uma narrativa feita à quatro mãos, costurada ao longo de uma década de observação e participação, pois os autores trabalharam na redação e puderam acompanhar as mudanças sobre as quais escreveram. O cenário de *A Notícia* pode ser lido como uma síntese das mudanças ocorridas no jornalismo brasileiro: conglomerados em expansão, precarização dos postos de trabalho, redução de páginas dos impressos e, por fim, o avanço da internet junto aos leitores e internautas. O controle da mídia e do mercado de jornalistas, seja por grupos econômicos ou políticos, traz prejuízo à pluralidade de vozes, portanto, à liberdade de expressão.

Pâmela Araujo Pinto

Libro Blanco: Competencias Mediáticas en Ecuador

AUTORES: Diana Rivera-Rogel, Catalina Mier, Claudia Rodríguez-Hidalgo, Lucy Andrade, Margoth Iriarte, Isidro Marín-Gutiérrez, Ana María Beltrán, Andrea Velásquez, Damian Mendoza-Zambrano, Cecilia Ugalde, Catalina González, Gianella Carrión, Stephany Celly, Ángel Torres-Toukourmidis, Fernando Ortiz y Roberto Freire.

Editorial: Pearson

Primera Edición: 2019

Páginas: 166

ISBN: 978-607-32-5036-8

Resultan innegables las transformaciones culturales, sociales, tecnológicas, educativas, y otras tantas, que han llegado de la mano de Internet en las últimas décadas. En este proceso el revulsivo ha sido incesante, trayendo consigo cambios en los hábitos en el uso y consumo tanto de la información como de las herramientas tecnológicas, las cuales se han ido adaptando a los intereses y necesidades particulares de cada usuario.

En ese contexto, se hace preciso preguntarse: ¿Cómo actuamos frente a la información y la tecnología en general? ¿Tenemos las competencias que nos permitan hacer un uso idóneo de ellas? ¿En dónde las hemos adquirido? ¿Quién nos ha enseñado a hacerlo? ¿Estamos preparados para desenvolvernó en el ecosistema mediático actual?

Estos aspectos son detalladamente abordados en el “Libro Blanco de Competencias Mediáticas” que se presentó en junio de 2019 en Quito, Ecuador. El texto es el resultado de cinco años de investigación realizada por el Equipo Ecuador de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación sobre Competencia Mediática, Alfamed, que reúne a investigadores de siete universidades: Universidad Técnica Particular de Loja, Universidad de Cuenca, Universidad del Azuay, Universidad Central del Ecuador, Universidad Politécnica Salesiana, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y Universidad de Especialidades Espíritu Santo.

La obra, dividida en cuatro partes, presenta un análisis situacional de la alfabetización mediática en Ecuador, reflejada en una serie de estudios realizados en las diferentes provincias del país con la finalidad de determinar los niveles de competencia mediática en estudiantes y profesores de escuelas, colegios y universidades, en relación a las seis dimensiones propuestas por Ferrés y Piscitelli (2012): lenguaje, tecnología, recepción e interacción, producción y difusión, ideología y valores, y estética, desde dos ámbitos análisis y expresión.

En la primera parte, los investigadores Diana Rivera-Rogel, Cecilia Ugalde, Catalina González, Isidro Marín-Gutiérrez, Roberto Freire y Ana María Beltrán realizan una contextualización de la alfabetización mediática en Ecuador, los factores y escenarios que hacen posible su desarrollo, así como la relación entre el desarrollo tecnológico-digital del país y los niveles educativos que posibilitan la interacción con las pantallas y los mensajes, al tiempo de impulsar la creación de contenidos y significados diversos.

En la segunda parte, Margoth Iriarte, Lucy Andrade, Gianella Carrión y Stephany Celly presentan los resultados del estudio de los contenidos del currículo educativo ecuatoriano en relación a las competencias mediáticas, así como la normativa que rige el desarrollo de la competencia mediática, tanto a nivel comunicacional y educativo.

La tercera parte Catalina Mier, Claudia Rodríguez-Hidalgo y Fernando Ortiz refieren experiencias internacionales en el desarrollo de políticas públicas encaminadas a fortalecer la educación en lo referente a uso y consumo de la información, al tiempo que permite dimensionar la necesidad de desarrollar políticas públicas a nivel país como una forma de empoderar a la ciudadanía en el tema.

Finalmente, en la cuarta parte, Ángel Torres-Toukoumidis y Damian Mendoza-Zambrano nos permiten visualizar, a nivel científico y social, distintas experiencias y proyectos que posibiliten mejorar la situación actual del país en este tema, así como su implantación progresiva en las diferentes modalidades de enseñanza.

De forma general, las investigaciones que dan forma a este Libro Blanco, conducen a afirmar que no ha existido un acompañamiento formativo/educativo que permita a las personas desenvolverse en un ecosistema tecnológico interrelacional e hiperdinámico. El sistema educativo nacional no está contemplando, dentro de los procesos formales de educación, la capacitación en torno al consumo de medios, situación que ha dado lugar al apareamiento de una figura conocida como: *analfanauta*, término utilizado para referirse a personas hábiles en el manejo de dispositivos digitales, pero incapaces de reconocer y enfrentar los peligros y amenazas que supone la exposición de información y la interacción en los espacios digitales.

No es menos cierto que los profesores que integran el sistema educativo nacional, tampoco están recibiendo formación y/o acompañamiento en estas

temáticas, con lo cual la necesidad se vuelve latente. La visualización del estado actual de las competencias mediáticas en el país que proporciona este texto, constituye el aliciente que permitirá integrar y desarrollar procesos entre la academia, el gobierno, los medios y la ciudadanía de cara a cristalizar iniciativas transformadoras de la educación ecuatoriana.

Claudia Rodríguez-Hidalgo

Diana Rivera-Rogel

Las radios comunitarias en México: un caso de comunicación alternativa

Título de la obra: *La apropiación social de los mass media. Estudio de caso de la Radio comunitaria Teocelo, en Veracruz, Texcoco, México*

Autor: Raul Anthony Olmedo Ner

Año: 2016

Páginas: 163

Contexto

La comunicación alternativa tiene dos partes fundamentales, a saber: el primero como concepto teórico y el segundo como práctica en la realidad concreta. En el caso latinoamericano, estos elementos conjuntan en la década de los años sesenta del siglo pasado, a través de organizaciones sociales que se apropian de un medio de comunicación para dar un sentido distinto a la comunicación proveniente del Estado y del sector privado. De hecho, el medio apropiado para estos fines resulta ser la radio y sus primeros proyectos se encuentran en Bolivia, Argentina y México, donde su finalidad fue dar paso a la comunicación regional en zonas rurales (Calleja, 2005).

De esta manera, la comunicación alternativa adquiere una función disruptiva en tanto su función radica en la difusión de información regional que sea útil a los radioescuchas para transformar su realidad en beneficio no sólo de quienes sostienen un proyecto social de esta naturaleza, sino a los que se benefician por una comunicación creada por y para el desarrollo comunitario. Es así que, “la comunicación alternativa es una realidad, por más que los sistemas dominantes hagan lo posible por ignorarla o por eliminarla” (Corrales & Hernández, 2009: 2).

Este antecedente sirve de marco contextual para el desarrollo de la investigación realizada por Raul Olmedo en su tesis titulada *La apropiación social de los mass media. Estudio de caso de la Radio Comunitaria Teocelo, en Veracruz*. Dicha investigación se cierne no sólo en el análisis de la primer radio comunitaria en México, sino del contexto al que se enfrenta en el ámbito político, económico y social; particularmente este último ámbito adquiere relevancia

por la constitución del proyecto y las adaptaciones que tiene que llevar a cabo ante un cambio generacional tanto en la audiencia que sintoniza la radio, como la gente que sostiene el proyecto, ya que la duración de un proyecto de esta naturaleza necesariamente debe responder a las demandas de gustos y acciones de generaciones que ya no sólo poseen este medio, sino que se encuentran con otros dispositivos que los seducen de la realidad práctica.

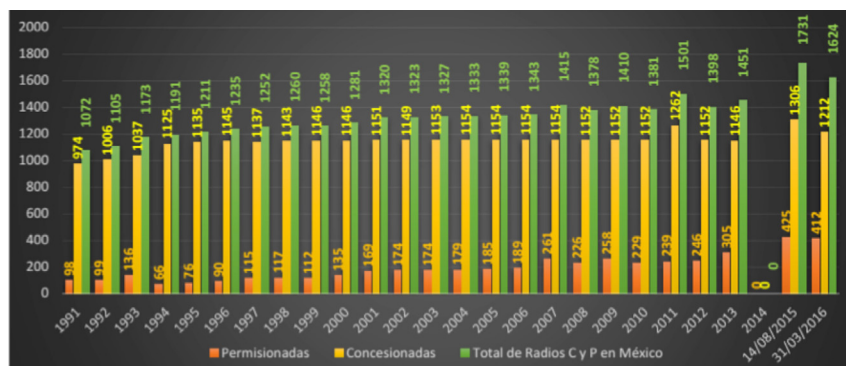
Estructura de la investigación

La investigación está constituida en seis capítulos. En el primero se entrevé una fundamentación teórica entre la vinculación de la Sociología y la Comunicación a través de un campo en común: la cultura, el cual es entendido como un lugar en donde “existen mecanismos y procesos (que requieren de medios o canales) tales que permiten la enseñanza de elementos comunes al grupo que son producto de las relaciones sociales entre los individuos” (Olmedo, 2016: 13).

Una vez identificado la cultura como campo común de acción entre estas dos ciencias sociales, el autor articula la relación entre la cultura y los medios de comunicación masiva a través de la revisión de tres escuelas fundamentales en comunicación: la escuela norteamericana, la escuela de Frankfurt y la escuela latinoamericana. Por otro lado, el autor hace dialogar a tres autores contemporáneos respecto al abordaje teórico de los medios de comunicación, para llegar a una conclusión que definirá no sólo los siguientes capítulos, sino uno de los métodos empleados en la investigación: la Economía Política de la Comunicación, entendida como “el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que constituyen mutuamente la producción, la distribución y el consumo de los recursos” (Mosco, 2009: 48).

Es decir, la Economía Política de la Comunicación no sólo descansará en las bases marxistas (y por tanto sociológicas), sino que abarcará el sistema de producción de la comunicación de un proyecto social. Allí reside la aportación de dicha investigación: analizar un proyecto social desde un corpus crítico en esencia para poder entender los retos a los que se enfrenta en el ámbito político, económico y ahora, comunicativo.

En el tercer capítulo, el autor realiza una revisión desde ese método analítico sobre la historia de los medios de comunicación masiva que se desarrollaron en México en el siglo XX, destacando el carácter primero estatal y luego comercial-privado. Éste último sigue predominando, lo cual representa un obstáculo *a priori* para la comunicación alternativa. Mientras que en el cuarto capítulo se establece el contexto en el que se desarrolla la comunicación alternativa en México, donde las cifras explican un contexto macro político y económicamente adverso que se replica en el caso abordado. Por ejemplo, en la siguiente figura se observa el número de permisos y concesiones otorgadas en el ámbito radiofónico en México; las radios comunitarias se encuentran entre las permisionadas.

Figura 1. Distribución de permisos y concesiones en radio en México (1991-2016)

Fuente: Olmedo (2016: 88)

Como se puede observar en un primer nivel, la función de la comunicación radiofónica está determinada por un fin económico y lucrativo; sin embargo, si se analiza desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación se podrá observar que incluso el número de permisos otorgados responden a contextos sociales relevantes, siendo el más importante el referente en 1994, donde no sólo se establece el menor número de permisos otorgados, sino que es ese año en que el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se levanta en armas, lo cual es una condicionante que influye en la proliferación de este tipo de proyectos.

Así, al situar la comunicación temporal y espacialmente, se pueden concatenar aspectos sociales, políticos y económicos desde la Economía Política de la Comunicación para entender las dinámicas internas y externas de fenómenos de esta naturaleza.

Finalmente, los capítulos cinco y seis responden al caso concreto de la radio comunitaria Teocelo, en Veracruz. La historia de esta radio adquiere relevancia no sólo por su experiencia en la práctica de la comunicación alternativa, sino que su persistencia le ha valido de premios y reconocimientos nacionales e internacionales, así como su función de elemento para la transformación de la realidad regional en el ámbito político.

A través de trabajo de campo en la zona, el autor realiza un análisis sobre la información emanada de los radioescuchas encontrando un contexto particular toda vez que identifica un conflicto de gustos y contenidos entre las generaciones maduras y las nuevas. Esta identificación hace prever no sólo la historia de un proyecto social, sino los escenarios que se le presenta ante nuevas generaciones que no sienten suyo el proyecto de la radio comunitaria, lo cual puede representar en un futuro la pérdida de interés y por tanto de apoyo a un proyecto de esta naturaleza.

Consideraciones finales

Como se ha visto, la comunicación alternativa se basa en un cambio no sobre el medio, sino en quien lo utiliza, y el caso práctico analizado a lo largo de las 163 páginas de esta investigación demuestra la potencialidad de proyectos de esta naturaleza en un nivel local y regional.

En este sentido, la obra no sólo presenta el caso de Radio Teocelo de manera aislada, sino también el conjunto de relaciones sociales, políticas y comunicativa que emanan de un proyecto social, dentro de un sistema que premia lo comercial y lucrativo. Por ello la Economía Política de la Comunicación sirve de base para entender esas relaciones, sus interacciones y los resultados que de ellas emanan.

Para finalizar, la tesis [*La apropiación social de los mass media. Estudio de caso de la Radio comunitaria Teocelo, en Veracruz*](#) se encuentra en línea, para su lectura, análisis, uso y crítica.

Raul Anthony Olmedo Neri

Maestrante en Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México

Referencias bibliográficas

- Calleja, A., & Solís, B. (2005). *Con permiso*. México: Fundación Friedrich Ebert-México.
- Corrales García, F., & Hernández Flores, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, 1-34.
- Mosco, V. (2009). *La economía política de la Comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Olmedo Neri, R. A. (2016). *La apropiación social de los mass media. Estudio de caso de la radio comunitaria Teocelo, en Veracruz*. México: UACH: Tesis de Licenciatura.

Epístolas de amor al cielo

Autora: Katherine Mera Pereira
 Editorial: El Ángel Editorial
 Primera edición: agosto 2019

Descripción de la Obra:

“Epístolas de amor al cielo” es una obra literaria que consta de veinte y cuatro poemas cortos, escritos en un período de cinco meses. Cada uno de ellos es un poema de afecto, en los que se reflejan los más puros sentimientos que la autora describe. El dolor y la ausencia se vivifican ante la pérdida de su gran amigo Sebastián Toral Arizaga.

¿Cómo nace “Versos Azules”?

Este trabajo literario se escribió a la memoria de Sebastián Toral-Arizaga, quien falleció el 23 de febrero de 2018, estos versos nacen a partir de su ausencia, Sebastián fue un fiel seguidor de las Frases publicadas en Time Line de Twitter de la autora, bautizándola como #MelcochaDeTwitter. Él se preguntaba a quién dedicaba la autora letras tan sentidas y en medio de risas, sarcasmo y compartir vivencias, Sebastián a manera de broma preguntaba, ¿Cuándo me dedicas un verso?

La autora describe vívidamente el dolor y la frustración al perder a un gran amigo, quien no volverá a leer los versos que le fueron dedicados en estas líneas. Ella piensa en cómo llegar a la energía de esa persona que ya no está. Por esta razón a manera de un diario va fechando cada uno de los poemas, para enviar cartas al cielo, ¿Y cómo lo hacerlo?, cuenta que: *“recordé el día en el que se celebró una misa conmemorativa en honor a la vida de Sebastián, su tío contó que el Sebas a los 3 años sostenía una conversación muy fluida con los adultos, le encantaban los aviones y sabía cada detalle de los pájaros de aluminio, a tal punto que los domingos su papá le llevaba al aeropuerto de Cuenca a ver aterrizar y despegar aviones”*, en ese instante nace la idea de enviarle los versos que su amigo siempre anheló, en #AvioncitosDePapel, nombrando la obra como “Epístolas de Amor al Cielo”.

¿Quién es Sebastián Toral-Arizaga?

Nace en Cuenca el 19 de junio de 1969, Sebastián ‘Chiquito Toral’ en antagonismo a su gran estatura, Benignista de corazón, estuvo presente hasta el último desfile de la banda del Colegio Benigno Malo, él encabezaba estas marchas, estudió Jurisprudencia y Periodismo. Su voz franca y sobria fue la figura de varias emisoras radiales, locales y nacionales. Sus inicios periodísticos en radio fueron en “La voz del Río Tarquí”, Gerente de Telecuenca y corresponsal de Ecuavisa.

Amigo leal, e intachable, siempre pensando en los más necesitados, decía las cosas con claridad y sutileza de tal forma que no ofenda a nadie. Crítico respetuoso de los cánones y protocolos de obediencia al espacio del otro, tanto en el ámbito periodístico como en su vida. Investigador incansable desde temprana edad, de espíritu inquieto, e impecable trayectoria tanto en la pantalla chica como en los micrófonos radiales.

Sus habilidades en el campo del derecho lo llevaron a vincularse con la vida política cuando fue secretario del Congreso Nacional y como diplomático desarrolló sus conocimientos en países flamencos e italianos.

De amplia cultura literaria, su carisma era mágico, como si un hada hubiese derrochado este don en Sebastián desde su nacimiento, lo que le otorgó un don de gentes increíble, que permitió ser inmensamente querido en cualquier lugar del mundo en donde estuviere.

Fallece el 23 de febrero de 2018, afecciones cardíacas agravaron la tristeza del dolor y la ausencia de no poder ver a sus hijos.

Objetivo

Con esta obra la autora pretende que quien le conoció a Sebastián Toral Arizaga se hermane en este sentir, conmemorar con gratitud su vida, recordarlo con amor y felicidad, celebrar su existencia, rememorar su filosofía de vida y la alegría que siempre inspiró.

Y para que quien no lo conoció, se sienta identificado en estas líneas con el indescriptible sentir de la ausencia y el dolor de haber perdido a un ser cercano, para que las personas puedan atesorar en su corazón el sentimiento de recordar con amor y paz a quienes ya no están con nosotros.

Esperamos en la segunda edición de este poemario sea replicado en código Braille, con el objeto de ser inclusivo y quien lo adquiera pueda sentir el poder del afecto eterno expresado en estas líneas.

Público al que se dirige:

La estructura de esta obra es simple y sencilla, de fácil comprensión, está dirigida a quién se haya iniciado en el fascinante mundo de la lectura o se identifique con la poesía.

Pretende que el lector de este humilde poemario, se quede con una frase o un verso en un sentimiento común. Que pueda identificarse con emociones tan humanas y simples como el llanto y la alegría, la paz y el amor, el dolor y la pérdida.

ÍNDICE DE AUTORES

Mónica Hinojosa Becerra

Universidad Nacional de Loja, Ecuador.

Miguel Alfonso Bouhaben

Universidad de las Artes del Ecuador, Doctor en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid), docente en Investigación Audiovisual (Escuela Superior Politécnica del Litoral-ESPOL) y en Filosofía y Cine (Universidad de las Artes de Ecuador-UARTES) y director de la Revista Científica Ñawi. Arte, Diseño y Comunicación.

Vanessa Brasil de Carvalho

Universidad Federal de Rio de Janeiro, Brasil.

Fernanda Elouise Budag

FAPCOM, Brasil, Doctora en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Comunicaciones y Artes, Universidad de São Paulo (ECA / USP). Profesora de la Facultad de Tecnología y Comunicación Paulus (FAPCOM), especialmente para disciplinas que se centran en la investigación de mercado, la planificación de la comunicación y el comportamiento del consumidor.

Adolfo Rogelio Cogco Calderón

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México.

Diego Mauricio Cortes

Universidad de California, Estados Unidos.

Aquilina Fueyo Gutiérrez

Universidad de Oviedo, España, profesora titular del Departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de Oviedo.

Ignacio Aguaded Gómez

Universidad de Huelva, España, director del doctorado Interuniversitario en Comunicación de la Universidad de Huelva.

Javier Hamburger Correo

Universidad Autónoma del Caribe, Colombia, magister en ciencias de la comunicación.

Isabel Hevia Arttime

Universidad de Oviedo, España, profesora ayudante, Doctora del Departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de Oviedo.

Juan Carlos Jurado

Universidad Central del Ecuador.

Larisa Kejval

Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina, doctora en ciencias sociales, docente investigadora en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de Avellaneda.

María Consuelo Lemus Pool

Universidad Autónoma de Tamaulipas, México, doctora en Ciencias Políticas y Sociales, con orientación al campo de la comunicación, miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y es integrante de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, en el grupo temático de Comunicación Educativa.

Alex Mullo López

Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador.

Debora Cristina Lopez

Universidad Federal de Ouro Preto, Brasil, Doctora en Comunicación y Cultura Contemporánea de la Universidad Federal de Bahía (UFBA) y profesora del programa de posgrado en comunicación y periodismo en la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP). Coordina el Grupo de Investigación de Convergencia y Periodismo (ConJor) y el Laboratorio de Innovación en Periodismo (Labin).

Andrea Villarrubia Martínez

Universidad de Huelva-España, Chile, doctoranda en el programa Interuniversitario en Comunicación de las Universidad de Huelva.

Luisa Massarani

Instituto Nacional de Comunicación Pública de Ciencia y Tecnología, Brasil, profesora en el Instituto de Bioquímica Médica Leopoldo de Meis (UFRJ) y coordinadora del Instituto Nacional de Comunicación Pública de Ciencia y Tecnología.

Julio César Mateus

Universidad de Lima, Perú.

Rafael Medeiros

Universidad Federal de Ouro Preto, Brasil, graduado en comunicación social y periodismo de la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG) y estudiante de maestría del programa de posgrado en comunicación de la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP). Programador de radio y televisión en la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG).

Raúl Anthony Olmedo Neri

Universidad Nacional Autónoma de México, licenciado en ciencias de la comunicación y estudiante de la Maestría en Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Álvaro Javier Pazmiño

Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador, director de la carrera de periodismo en la Facultad de Comunicación, Artes y Humanidades de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Águeda Delgado Ponce

Universidad de Huelva, España, profesora del programa de maestría de comunicación y educación audiovisual de la Universidad de Huelva y la Universidad Internacional de Andalucía.

Nair Prata

Universidad Federal de Ouro Preto, Brasil, doctor en lingüística aplicada con una pasantía posdoctoral en comunicación en la Universidad de Navarra (España). Es profesor en el programa de posgrado en comunicación de la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP).

Carlos Rodríguez Hoyos

Universidad de Cantabria, España, profesor del Departamento de Educación de la Universidad de Cantabria.

María Teresa Rodríguez Moscoso

Psicóloga educativa.

Jorge Sánchez de Nordenflycht

Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador, investigador, docente y editor Facultad de Comunicación, Artes y Humanidades de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

Eliene Santos

Universidad Federal de Ouro Preto, Brasil, graduada en periodismo por la Universidad Federal de Ouro Preto, trabaja como oficial de prensa en el Ayuntamiento de Mariana.

Larissa Pereira Santos

Universidad Federal de Para, Brasil, máster en ciencias de la comunicación por el programa de posgrado en comunicación, cultura y Amazonía.

Ana Cristina Suzina

Université catholique de Louvain, Bélgica, doctora en ciencias políticas y sociales.

Amal Tarbift

Universidad de Málaga, España, investigadora y periodista del departamento de periodismo de la Universidad de Málaga.

María Cruz Tornay Márquez

Universidad de Sevilla, España, doctora en comunicación en estudios de género y desarrollo profesional por la Universidad de Sevilla.

Juan Pablo Toro Bravo

Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador, magister en comunicación periodística institucional y corporativa, docente Investigador a tiempo completo de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Célia Regina Trindade Chagas Amorim

Universidad Federal de Pará, Brasil, doctora en comunicación y semiótica, investigadora posdoctoral en el centro de estudios sociales de la Universidad de Coimbra en Portugal. de São Paulo y profesor del programa de posgrado de comunicación, cultura y Amazonía (PPGCOM).

Carlos Eduardo Valderrama Higuera

Universidad Central, Colombia, máster en sociedad de la Información y el conocimiento de la universidad abierta de Cataluña y estudiante de doctorado en comunicación de la Universidad Nacional de La Plata, profesor asociado del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Central.

Hender Alexander Viloria Matheus

Universidad del Zulia, República Bolivariana de Venezuela, doctor en ciencias, mención gerencia, profesor ordinario asociado tiempo completo.



Presentamos una propuesta integral que
conjuga todos los servicios logísticos y técnicos
para lograr excelencia en sus eventos, además de
servicios complementarios



CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES

- CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES
- CENTRO AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA (CAM)
- EDICIONES CIESPAL COEDICIONES Y SERVICIO DE EDICIÓN, DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
- SERVICIO DE IMPRENTA



Para mayor información del tarifario, paquetes, etc.
Ingresa a: www.ciespal.org

AMERICA LATINA en movimiento

nueva imagen en web
más completa
más ágil...

- realidad regional actualizada diariamente
- dinámicas sociales
- noticias, opinión y análisis
- más de 81 mil documentos clasificados
- búsquedas por tema, autor, fecha, país, palabra



www.alainet.org

Un NUEVO punto de comunicación y lectura

LIBRÍA
CIESPAL
Re

The logo consists of a stylized house-like shape above the word "CIESPAL" in a bold, sans-serif font, with horizontal lines underneath.

Diego de Almagro N32-133 y
Andrade Marín - Edif. CIESPAL
Teléfono: (02) 254 0017
Horario de atención:
Lunes a viernes de 9h30 a 18h30



IV Jornadas de Comunicación Comunitaria de CORAPE

Fuente: Corape Satelital- <http://www.corape.org.ec>



Por la vida de las lenguas indígenas



Con una gran afluencia de comunicadores comunitarios de varias provincias del país, invitados internacionales, estudiantes, académicos, instituciones y público en general, se celebró las Cuartas Jornadas de Comunicación Comunitaria organizadas por la Coordinadora de Medios Comunitarios, Populares y Educativos del Ecuador, CORAPE.

Bajo el lema, “por la vida de las lenguas indígenas”, las actividades arrancaron con un ritual indígena, acompañado de un coro de niños de la escuela Yachay Wasi, seguidos de una feria interactiva en la que se presentó entre otras, una cabina de radio con software libre y una exposición del Centro de Documentación de CORAPE. El grupo Taller La Bola, ejecutó los sonidos ancestrales de sus instrumentos preincaicos para continuar después con un cine foro dedicado a productos audiovisuales de los pueblos y nacionalidades del Ecuador.

Promoviendo la identidad en la diversidad



Revista Wiñay Kawsay – Cultura Milenaria. Es un medio comunitario de la Asociación de Jóvenes Kichwas de Imbabura – AJKI, una organización social sin fines de lucro, con vida jurídica de 25 años, ubicada en la parroquia Ilumán, cantón Otavalo.

Tiene su finalidad la de promover la revitalización de la lengua kichwa y la identidad cultural de los pueblos en la zona norte del Ecuador.

Sus contenidos investigativos culturales, lingüístico literario y didáctico kichwa, publicado en dos idiomas, kichwa y español, hacen únicos en el país.

Trayectoria: AJKI, en el año 2000, motivado por “ser la voz de las comunidades kichwas”, logra implementar la estación radial comunitaria Radio Ilumán. En el 2007, a fin de difundir las sabidurías ancestrales, escrito en propio idioma, crea el periódico Wiñay Kawsay; desde entonces, ha tenido que adaptarse a las necesidades de la sociedad, contando a la fecha con al menos 100 ediciones, entre culturales y lingüísticos: *Leyendas; nombres de personas; animales; gramática kichwa; implementos; medicina andina; juegos ancestrales; matemáticas; canciones; sueños y señales; sitios sagrados.*

Contacto: winiaykawsay@hotmail.com

Facebook: Wiñay Kawsay

www.winiaykawsay.com

telf. 2946379, 0939785046.

Tawka kawsaypi kikinkawsayta riksichinchik



Wiñay Kawsay. AJKI ukumanta wiñarishka, ayllullaktakunapa willachik kamullami kan. Ilumán kitillipi, Otavalo kitipi, Imbabura markapimi sakiripanchik.

Ñukanchik kichwa shimita, sapikawsaytapash rikchachinkapak munaywanmi wiñarishkanchik. Kaypika taripankimi llaktakunapa yachaykawsayta, ñawpa rimayta, shinallata kichwa yachakunatapash.

AJKI tantanakuyka, kichwa llaktakunapa willayta, kichwa shimipi riksichinkapak munaywanmi, kay Wiñay Kawsay kamullata shinallata Iluman Uyachik Antatapash wiñachishkanchik. 2000 watamantapachami wayraman llukshinchik, shinallata killkashkapipash riksichinchik. Shinami wakin killkashkakunata charipanchik: Ñawpa rimaykunata; Runapa kichwa shutikunata; wiwakunata; hillayklunata; hampi yachaykunata; ñawpa pukllaykunata; yupaykamayta; takiykunata; muskuy willachiykunata; willka kuskakunatapash.

Kayachitapash ushapan kimi winiaykawsay@hotmail.com
ñawi kamuman



POLÍTICA EDITORIAL

- Chasqui acepta artículos originales e inéditos. No se acepta material previamente publicado. Los autores son responsables de obtener los oportunos permisos para reproducir parcialmente material (texto, tablas o figuras) de otras publicaciones y de citar su procedencia correctamente. Las opiniones expresadas en los artículos publicados son responsabilidad de los autores.
- El texto completo de los artículos sólo puede ser enviado en los idiomas español o portugués.
- En la lista de autores firmantes deben figurar únicamente aquellas personas que han contribuido intelectualmente al desarrollo del trabajo; haber colaborado en la recolección de datos no es, por sí mismo, criterio suficiente de autoría. Chasqui declina cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publiquen.
- Se permitirá un número máximo de tres autores por artículo.
- Los artículos enviados deben versar sobre aspectos sociales, culturales, políticos, y académicos de la Comunicación. Al mismo tiempo, deben abordar los temas desde una perspectiva de investigación y estar elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y una propuesta teórica específica.
- Para orientar sus textos a la sección correspondiente, los autores deben revisar las Políticas de sección de Chasqui. Es importante notar que la sección *Monográfico* está definida temáticamente por una convocatoria específica, a la cual los autores deberán orientar sus artículos al momento de realizar su envío.
- Solo se recibirán archivos en formato OpenOffice o Microsoft Word.
- *Todos los manuscritos deberán respetar nuestras **Normas de publicación**, disponibles en nuestra página web: **www.revistachasqui.org***

COSTOS DE SUSCRIPCIÓN A CHASQUI PARA EL AÑO 2019

(Usted recibirá 3 ejemplares por el año de suscripción)

Periodo	América Latina	Resto del Mundo	Ecuador
1 Año 3 números	US. \$ 93,00	US. \$ 110,00	US. \$ 45,00

Formas de pago del exterior:

1. Con cheque a nombre de CIESPAL
2. Transferencia Bancaria
3. Pago por medio de PayPal
4. Transferencia por Western Union:

Formas de pago en Ecuador:

Transferencia Bancaria

*Para mayor información contactarse con Isaías Sánchez,
a la dirección electrónica: **isanchez@ciespal.org***