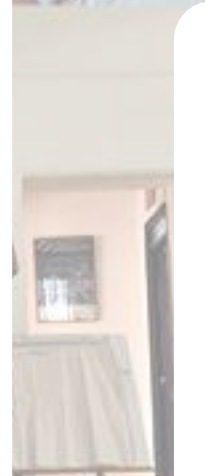




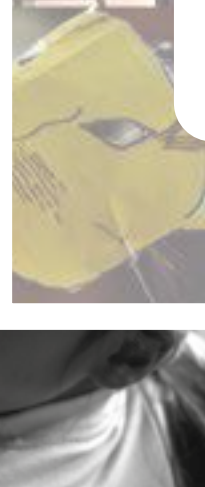
La cultura es de todos

Mincultura



SENTIDOS LOCALES

REFLEXIONES SOBRE COLECTIVOS DE COMUNICACIÓN EN COLOMBIA



Carmen Inés Vásquez Camacho
Ministra de Cultura

Claudia Isabel Victoria Niño Izquierdo
Secretaria General

Pedro Felipe Buitrago Restrepo
Viceministro de Creatividad y Economía Naranja

María Paula Martínez Concha
Directora de Comunicaciones

Ricardo Ramírez Hernández
Coordinador Grupo de Narrativas Audiovisuales

Editores

John Sánchez Castiblanco
Lorena Cantillo Turbay

Autores

Orley Reinaldo Durán Gutiérrez
Iván Mercado Sarmiento
Dora Estella Muñoz Atillo
Dione Patiño García
Alba Yaneth Gallego Betancur
Daniel Bejarano
María Paula Martínez Concha
Lorena Cantillo Turbay
John Sánchez Castiblanco
Omar Gerardo Rincón Rodríguez
José Ignacio Chaves Gil

María Fernanda Peña Sarmiento
Eva María González Tanco
Cecilia Viviana Ceraso
Javier Espitia Viasús
Clemencia Rodríguez Romero

Investigadoras

Lorena Cantillo Turbay
John Sánchez Castiblanco
María Fernanda Peña Sarmiento

Corrección de Estilo, Diseño y Diagramación

Estratégica Comunicaciones

Asistente de investigación

Yéssica Katherin Lozano Gómez

Material impreso de distribución gratuita con fines didácticos y culturales. Queda estrictamente prohibida su reproducción total o parcial con ánimo de lucro por cualquier sistema o método electrónico, sin la autorización expresa para ello.

ISBN 978-958-753-364-4

Fecha de publicación: enero de 2020

©Todos los derechos reservados.

Se prohíbe expresamente el uso, goce o disposición de esta obra, y en general cualquier tipo de reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación, divulgación o transformación a través de cualquier medio y por cualquier procedimiento, conocido o por conocer, salvo autorización previa y expresa del Ministerio de Cultura –República de Colombia.

Se permite la divulgación parcial de esta obra citando la fuente y con previa autorización del Ministerio de Cultura.

Esta publicación fue hecha con el apoyo de la Asociación de Amigos de las Bibliotecas, la Cultura y la Educación, Biblioamigos.

Impreso en Colombia



Índice

| | |
|--|----|
| Para entender el sentido | 5 |
| Capítulo 1 | |
| Sentidos de permanencia | 9 |
| El relacionamiento empresarial, una alternativa para la sostenibilidad de los medios comunitarios <i>Por: Orley Reinaldo Durán Gutiérrez</i> | 12 |
| Latidos del barrio que se hacen radio. <i>Por: Dione Patiño García</i> | 24 |
| Los colectivos de comunicación popular. Espacios para la metamorfosis social. <i>Por: J. Ignacio "Iñaki" Chaves G.</i> | 30 |
| Los Colectivos de Comunicación en Colombia: estrategias para la construcción de territorio y cultura. <i>Por: Javier Espitia Viasús</i> | 44 |
| Comprender la comunicación desde los territorios para reconocer su valor transformador. <i>Por: María Fernanda Peña Sarmiento</i> | 58 |
| Capítulo 2 | |
| Sentidos de creación | 68 |

| | |
|---|-----|
| Fuera del aire. <i>Por: Iván Mercado Sarmiento</i> | 72 |
| Contarse, contar y ser tenido en cuenta. <i>Por: María Paula Martínez Concha</i> | 80 |
| Medios comunitarios, conectividad y territorio. <i>Por: Eva González Tanco</i> | 86 |
| Capítulo 3 | |
| Sentidos de formación | 94 |
| Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al Sancocho, Ciudad Bolívar. <i>Por: Yaneth Gallego y Daniel Bejarano</i> | 98 |
| Los colectivos de comunicación como espacios de participación y ejercicio de la ciudadanía de la niñez. <i>Por: John Sánchez Castiblanco</i> | 108 |
| Comunicación desde el territorio, con la gente y por la democracia. <i>Por: Omar Rincón Rodríguez</i> | 122 |
| Capítulo 4 | |
| Sentidos de transformación | 132 |
| “PUUTX WE’WNXI UMA KIWE” Comunicación desde la madre tierra. <i>Por: Dora Estella Muñoz Atillo</i> | 136 |
| Comunicación local, paz y territorio: una apuesta que transforma. <i>Por: Lorena Cantillo Turbay</i> | 148 |
| Alterando el enfoque: cómo se usan los medios ciudadanos en contextos de conflicto. <i>Por: Clemencia Rodríguez Romero</i> | 168 |
| Los colectivos de comunicación en Colombia: ríos subterráneos que oxigenan la cultura y la ciudadanía. <i>Por: Cecilia Viviana Ceraso</i> | 186 |

Para entender el sentido



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Los colectivos de comunicación en Colombia se han consolidado como espacios en los cuales las comunidades tienen la posibilidad de dar sentido a sus maneras de ser y de vivir. Es a través de los colectivos de comunicación que grupos poblacionales que no se sienten reconocidos por la comunicación masiva y globalizada han descubierto y reafirmado su identidad. Por eso, *Sentidos locales, reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia* es un aporte para reconocer la incidencia de estas organizaciones en sus territorios, identificando sus formas de gestionar, producir y circular mensajes, que validan la comunicación propia y ayudan a la construcción de ciudadanías que surgen desde lo local, dando sentido a las diferentes maneras de expresarse, relacionarse y asumir la vida.

En consecuencia, la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura se propuso conocer el estado actual de los colectivos de comunicación en el país y fomentar espacios de reflexión y construcción colectiva de conocimiento alrededor de estas experiencias, que enriquecen la política pública de comunicación y cultura y que permiten actualizar, según las realidades territoriales, sus líneas de acción. Para esto, se caracterizaron los colectivos de comunicación como grupos organizados de personas que en sus espacios regionales, locales, comunitarios

o barriales exploran y apropian la comunicación no solo para crear, producir y circular contenidos, sino también para construir sentidos con la participación directa de diferentes actores.

En términos generales, y teniendo en cuenta las conversaciones, reflexiones y el análisis realizado, se constata que entre los principales aportes de estas experiencias de comunicación local están: crear espacios de expresión y fortalecer habilidades comunicativas para diferentes poblaciones (niños, jóvenes, mujeres, campesinos, indígenas); fortalecer la identidad cultural, la cosmovisión indígena y el valor de la diferencia en la convivencia; respetar y reconocer los derechos humanos, reconstruir la memoria y la historia que en algunos territorios fue silenciada; preservar el patrimonio cultural y el medioambiente; fortalecer el tejido social; democratizar el derecho a la comunicación y aportar a la construcción de ciudadanía y a la consolidación de la paz, entre otros aspectos.

El trabajo se desarrolló de manera directa con diversos profesionales, como creadores, realizadores y productores, y con espacios tales como emisoras comunitarias y de interés público, además de canales sin ánimo de lucro y colectivos que, en diferentes lugares de Colombia, aportan a fortalecer la dimensión cultural y política del ser humano a través de la comunicación.

Se definió una muestra de 20 experiencias en diferentes lugares del país, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Ubicación geográfica, buscando cubrir la diversidad del territorio nacional.
- Grupos poblacionales vinculados, con un interés particular de trabajo con niñez,

adolescencia y juventud, aunque sin descartar otras poblaciones.

- Creatividad e innovación, relacionada con la exploración y adaptación de los medios tradicionales, análogos o digitales para responder a las características y necesidades particulares del territorio.
- Trabajo incluyente y colaborativo, que vincula a diferentes actores en la gestión, producción o circulación de contenidos y en el desarrollo de procesos de formación para conocer las diferentes alternativas de implementación.
- Incidencia territorial, relacionada con cambios o transformaciones a partir del trabajo desarrollado.

Los colectivos o las experiencias de comunicación incluidos en la muestra y visitados por el equipo de trabajo de la Dirección de Comunicaciones son:

- Antioquia: Full Producciones y la Emisora Comunitaria La Esquina Radio, en Medellín.
- Atlántico: La Emisora Comunitaria Vokaribe Radio, en el suroccidente de Barranquilla.
- Bolívar: El Colectivo de Comunicación Kuchá Suto, de San Basilio de Palenque, y el Colectivo de Comunicación Línea 21 de los Montes de María, en El Carmen de Bolívar.
- Bogotá: Corporación Sueños Films Colombia –Ojo al Sancocho–, en Ciudad

Bolívar, y la Emisora Comunitaria Suba al Aire, en el noroccidente de la ciudad.

- Caldas: Red de Emisoras Escolares de Chinchiná.
- Caquetá: Escuela Audiovisual Infantil, en Belén de los Andaquíes.
- Cauca: Tejido de Comunicaciones Wejxia Kasenxi (La voz del viento) / Radio Nación Nasa, en Corinto.
- Cesar: El Colectivo de Comunicación El Hatillo, en El Paso.
- Chocó: La Asociación de Jóvenes Desplazados Nueva Imagen en Unión -AJODENIU, en la zona norte de Quibdó, y el Colectivo En Puja, de Nuquí.
- Nariño: La Alianza ACOIC (Alianza de Comunicadores Indígenas de Colombia), en Ipiales, y la Agencia de Comunicaciones del Pacífico, en Tumaco.
- Putumayo: Red de Emisoras Comunitarias Cantoyaco, en Puerto Caiicedo, y el Colectivo Carchancha, en Sibundoy.
- Santander: La Emisora Comunitaria La Cometa, de San Gil, y los Colectivos de comunicación de Puente Sogamoso y San Vicente de Chucurí, del Proyecto EnComunidad -AREDMAG e ISAGEN.
- Valle del Cauca: Colectivo Mejoda, en Cali.

El estado del arte sobre los colectivos de comunicación permitió conocer y reflexionar

sobre aspectos relacionados con las apuestas y sentidos; la gestión, organización y sostenibilidad; la producción y circulación de contenidos y los procesos de fortalecimiento de capacidades, así como sobre la incidencia territorial y los aprendizajes, retos y dificultades.

Sentidos locales. Reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia, es un punto de encuentro para las reflexiones que desde el nivel local, regional o nacional se dan sobre comunicación, territorio y cultura.

Para hacerla realidad, la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura le propuso a un grupo de personas, conformado tanto por integrantes de colectivos de comunicación y



académicos que han trabajado la relación comunicación y cambio social como por expertos en la relación comunicación local, participación y territorio, que pusieran en diálogo sus conocimientos, prácticas y experiencias con los resultados de la investigación, y que compartieran en un artículo sus propias reflexiones.

Los 15 artículos que conforman esta publicación son el resultado de ese ejercicio de diálogo que es a la vez local, nacional, empírico, académico, personal y colectivo, realizado con la finalidad de ofrecer más insumos para comprender los sentidos, apuestas y transformaciones de los colectivos de comunicación en Colombia, las tendencias que los caracterizan, sus formas de estar y existir el territorio, sus aportes en la construcción de país y las perspectivas de sostenibilidad y fortalecimiento para el presente y el futuro.

Estos artículos, en tanto son una producción colectiva de sentidos que enriquece el discurso, el análisis y la práctica de comunicación local, reflejan la diversidad de saberes, realidades y vivencias de sus autores. Sus testimonios y reflexiones son auténticas, espontáneas y autónomas, por tanto, no tienen mediación institucional.

Sentidos locales. Reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia, entrega información clave para diseñar políticas y promover acciones y procesos culturales y comunicativos que aporten al fortalecimiento territorial en temas de comunicación, participación, cultura y paz.

La publicación está estructurada en cuatro ejes de reflexión:

- **Sentidos de permanencia:** aborda temas relacionados con la gestión y sostenibilidad de los colectivos de comunicación.

- **Sentidos de creación:** da cuenta de la producción, realización y circulación de contenidos.
- **Sentidos de formación:** trata acerca de los procesos de fortalecimiento de capacidades.
- **Sentidos de transformación:** plantea aspectos relacionados con la incidencia social, cultural, política en los territorios de influencia.

Los invitamos a explorar *Sentidos locales. Reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia* y a conocer los procesos de comunicación local en el territorio nacional; a reflexionar, debatir, aprender, desaprender, aportar, construir y, en especial, a reconocer una comunicación que narra, visibiliza y transforma.

Sentidos de permanencia

CAPÍTULO 1

Sentidos de permanencia

Sentidos locales. Reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia comparte en este eje cinco artículos que enriquecen el diálogo y la reflexión sobre la gestión y la sostenibilidad de las experiencias de comunicación local, a partir de voces que representan, por un lado, a los territorios y la academia; por el otro, a quienes tienden puentes para acercar estos diversos saberes.

El relacionamiento empresarial, una alternativa para la sostenibilidad de los medios comunitarios, escrito por Orley Durán Gutiérrez, Coordinador de proyectos de la Red de Radios Comunitarias del Magdalena Medio -ARED-MAG-, nos muestra un escenario de trabajo articulado con la empresa privada, una alternativa poco explorada por los medios locales comunitarios en el país. A través de un recorrido por los problemas de la sostenibilidad económica de estos medios, el relacionamiento empresarial para establecer proyectos de mediano y largo alcance, la postura clara del medio local acerca de los aspectos negociables y los no negociables, y la propuesta conceptual, metodológica y de gestión de un proyecto que ha desarrollado AREDMAG por casi cinco años con la empresa privada. El autor hace una invitación a explorar alternativas de sostenibilidad económica que si bien incluyen nuevos actores institucionales, mantienen los objetivos misionales y la finalidad social de los proyectos comunitarios.

Latidos del barrio que se hacen radio, escrito por Dione Patiño, de la Asociación PALCO, Emisora Comunitaria La Esquina Radio en Medellín, teje un relato en el cual, a partir de historias cotidianas de la práctica radial, se dan a conocer cinco métodos de autoaprendizajes de esta experiencia comunitaria en una ciudad capital. Estos están relacionados, por ejemplo, con ponerle orejas a la radio, con el grupo como escenario de evaluación

o con la junta de programación para entreprender y fortalecerse; también con escuchar la ciudad para entenderla y descubrirla desde las relaciones diversas que se tejen, así como con la comunicación y los intercambios, el ciudadano, los derechos y la construcción de procesos con las comunidades.

Los colectivos de comunicación popular. Espacios para la metamorfosis social está escrito por José Ignacio “Ñaki” Chaves, director de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. El artículo, a partir de un diálogo entre su saber académico y lo planteado por los colectivos en el marco del estado de la cuestión, reflexiona no solo sobre comprensiones de la comunicación, audiencia, formación, producción y circulación de contenidos, sino también sobre conectividad, territorio y relación comunicación y ciudadanías. Finaliza con elementos para el debate relacionados con el papel de las instituciones públicas, en especial de la academia, y constituye una mirada crítica para reconocer si realmente existe una comunicación participativa y un diálogo con las experiencias.

Los colectivos de comunicación en Colombia: estrategias para la construcción de territorio y cultura es un texto escrito en clave de esperanza, como lo dice su autor, Javier Espitia Viasús, director de la Especialización en Comunicación Estratégica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Él, a partir de su conocimiento, experiencia e interacciones, pone en diálogo a formas diversas de comprender los colectivos, sus incidencias y lo estratégico de la comunicación, y escudriña qué proponen para lograr transformaciones en los territorios, las culturas y las subjetividades.

Comprender la comunicación desde los territorios para reconocer su valor transformador es el artículo de María Fernanda Peña, docente de la Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social, de la Corporación Universitaria Minuto

de Dios. Ella comparte las formas de sentir, comprender y apropiar la palabra y el concepto de comunicación por parte de los colectivos que visitó en el marco del estado del arte realizado por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura. Se habla, por ejemplo, de sueños compartidos, construcciones colectivas y posibilidad de transformar, así como de reconocerse y reconocer al otro, visibilizar los territorios, sus realidades, sus historias y sus rituales.

El estado del arte en cifras

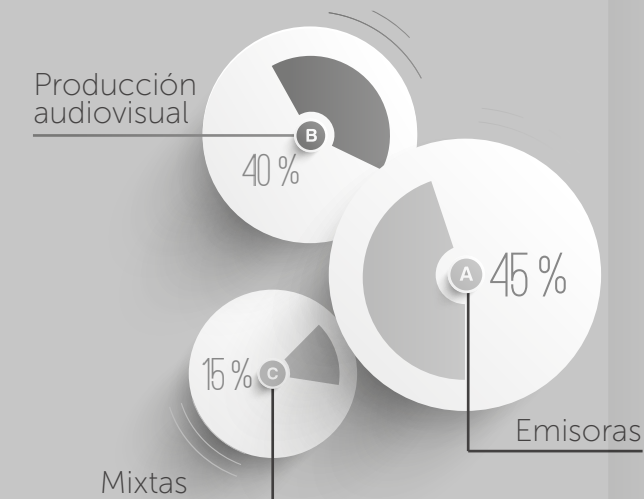
De las veinte experiencias de comunicación local visitadas en el marco del estado del arte, nueve son emisoras o redes de emisoras, comunitarias, principalmente; ocho realizan producción audiovisual y tres son mixtas, es decir, producen contenidos, tanto en audio como en video.

Las fuentes de financiación de los colectivos de comunicación han sido diversas y se han mezclado en diferentes momentos. En promedio un 41 % han sido de entidades públicas, un 28 % de entidades privadas; un 16 % de organizaciones no gubernamentales y 15 % con recursos propios.

Liderazgos

Diez de los colectivos visitados cuentan con juntas directivas que toman la mayoría de las decisiones. En cinco mencionan la existencia de una junta o grupo directivo, aunque prevalece la toma de decisiones por parte de la persona o personas que lideran el proceso, en lo cotidiano son quienes llevan las riendas de la organización. Tres son colectivos que hacen parte de organizaciones más grandes, por ejemplo, redes de emisoras. Dos colectivos tienen en la práctica cotidiana una participación directa de los involucrados en la toma de decisiones, se puede decir que existe un liderazgo comunitario, aun en casos en los que están adscritos a procesos más amplios.

Experiencias de comunicación local



Recursos



Liderazgos



Adscritos a organizaciones 15%

El relacionamiento empresarial, una alternativa para la sostenibilidad de los medios comunitarios

Por: Orley Reinaldo Durán Gutiérrez |

Los problemas de la sostenibilidad económica de los medios comunitarios

El gran dilema que presentan en general los medios comunitarios en Colombia es el de la finalidad del servicio versus los medios para alcanzarlo. En esta balanza, muchas experiencias de televisión y radio optan por priorizar su sostenibilidad económica y se alejan, con o sin razón, de la función social para el cual fueron creados. El principal problema que crea esta disyuntiva es la pérdida de los objetivos misionales que sustentan el proyecto comunicativo y por ende su aproximación e identificación con un tipo de proyecto comercial que tiene como único propósito la producción de utilidades económicas que soporten el esfuerzo de hacer empresa. Es tan difícil el asunto de la sostenibilidad económica en los medios comunitarios que muchos directores o gerentes se inclinan por trazar estrategias comerciales que implican, sí o sí, “según esta lógica del mercado”, no solo el sacrificio de

contenidos de interés social y la venta de espacios al mejor postor (llámese brujos, curanderos, medicina natural e iglesias, hay para todos los gustos), sino también el aumento de las horas de programación de entretenimiento y la disminución o eliminación de aquellas franjas informativas o de opinión que “no generan recursos” para pagar los gastos fijos.

La pregunta central que se deben hacer quienes optan finalmente por hacer empresa como único fin desde los medios comunitarios es: ¿vale la pena sacrificar la función social de los medios por hacer empresas sostenibles económicamente, pero que no aportan al desarrollo social de las comunidades?, ¿es ético aprovecharnos del dominio de una licencia de radio o televisión comunitaria para hacer dinero como único fin y dar trabajo digno a quienes dependen de él?, ¿no sería más apropiado explorar alternativas de sostenibilidad económica que no impliquen



| Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

sacrificar la finalidad de nuestro proyecto comunicativo?

A continuación, se intentará hacer una aproximación a las principales causas o razones que limitan la capacidad de gestión de los medios comunitarios para alcanzar su sostenibilidad económica. Un primer problema que se identifica es la falta de estudios de mercado que permitan a los medios conocer cuál es la mejor manera de atraer clientes potenciales, convertirlos en clientes efectivos, definir qué productos o servicios ofrecerles, pero, sobre todo, identificar las diversas oportunidades de servicio que tienen para ofrecer y la diversidad de públicos a quien se pueda interesar en comercializar sus productos. Existe, entre quienes gerencian estos medios, una mirada muy reducida de los clientes potenciales a quienes estos les ofrecen los servicios de publicidad o venta de espacios. Ante la falta de estudios de mercado, se limitan a establecer, como únicas fuentes de ingreso, a los establecimientos comerciales del municipio o la región;

no exploran otras alternativas, como las entidades públicas u organizaciones sociales, a las que también les interesa tener visibilidad en la radio, bien sea para legitimar sus propias agendas programáticas, bien para lograr un reconocimiento público ante el trabajo que desarrollan.

Un segundo y muy habitual problema es la dependencia casi exclusiva de la venta de servicios de publicidad (aunque no solo de publicidad vive el medio) en toda la parrilla de programación, como única fuente de ingresos. Este problema se hace más crítico en aquellos municipios donde el comercio es muy pequeño o donde hay muchos medios que compiten entre sí. No se explora la venta de otros servicios, como la producción de contenidos con enfoque social, que pueden dejar un margen de ganancia mucho mayor que la sola emisión de las piezas en el medio mismo. Para ofrecer este servicio se requiere que el medio cuente con un equipo de trabajo

que garantice la calidad estética y de contenido de las campañas por realizar (libretistas, productores, editores y un banco de voces para las producciones que involucre el uso del formato de ficción).

Un tercer problema, también muy común, es considerar que los medios comunitarios solo venden espacios de tiempo al aire (segundos, minutos u horas) que se pagan de acuerdo al tarifario acordado con la gerencia. Las opciones de servicio que puede ofrecer un medio van mucho más allá del tiempo al aire que el cliente necesite. Es posible, por ejemplo, pensar en ofrecer, sobre todo a entidades públicas y privadas sin ánimo de lucro, el diseño de estrategias de comunicación y cultura que no solo impliquen en su desarrollo la producción y difusión de piezas comunicativas en radio y televisión, sino que incluyan además las expresiones artísticas y las plataformas digitales que permitan la convergencia tecnológica haciendo uso del *cross media* y *transmedia*. Para este propósito es necesario que el medio local cuente con un equipo humano cualificado (puede ser temporal, no permanente) capaz de diseñar estas estrategias, y que apoye su proceso de implementación, evaluación y sistematización.

Una cuarta situación que limita la generación de recursos es el bajo interés o capacidad para la estructuración de proyectos de comunicación comunitaria que puedan presentarse en las diferentes convocatorias de comunicación y cultura que se ofrecen tanto en las regiones como a nivel nacional. En muchos casos los medios no cuentan con recurso humano cualificado ni con la

capacidad para la elaboración de los proyectos; en otros, hay un marcado desinterés por la escritura de los mismos. En el país existen experiencias significativas que muestran cómo los medios comunitarios, a través de la elaboración y gestión de proyectos sociales, logran la generación de recursos económicos que representan hasta de un 70% del valor total de sus ingresos habituales.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Otro problema que limita las posibilidades del medio comunitario para la generación de ingresos económicos es su baja o nula participación en las diferentes instancias decisorias de planeación y participación ciudadana de desarrollo comunitario. Estos espacios son ideales para que el medio local visibilice su gestión social y se legitime como un actor clave en el desarrollo de la comunicación comunitaria. Es una oportunidad para que las instituciones públicas y privadas del municipio conozcan, por un lado, los servicios que presta el medio local; por el otro, el proceso organizativo y social que hay detrás de estas

apuestas mediáticas y la necesidad de apoyarlo y respaldarlo, como quiera que se constituyen en parte del patrimonio cultural del municipio. Finalmente, esta presencia también puede ser aprovechada para concretar alianzas institucionales que se traduzcan, a su vez, en convenios para el diseño e implementación de proyectos de comunicación que aporten a problemas específicos del municipio y de paso generen recursos económicos al medio.

Finalmente, y frente a esta caracterización de las problemáticas de la sostenibilidad económica, se destaca un aspecto que, aunque no es tan común, sí sucede en aquellos territorios donde el conflicto armado ha fijado la atención del Estado y las Agencias de Cooperación Internacional para la implementación de proyectos de comunicación comunitaria que aportan a la construcción de paz y que tienen como sus principales protagonistas a los medios comunitarios. En estas regiones algunos medios supieron aprovechar esta presencia institucional para fortalecer sus ingresos económicos, pero con el paso de los años y ante la disminución del conflicto armado estas fuentes de financiación han disminuido casi en su totalidad. En consecuencia, esto se ha convertido en una amenaza para la sostenibilidad, toda vez que su dependencia casi exclusiva de estas fuentes de financiación ha limitado o anulado otras posibilidades de financiación.

Identificadas estas causas problemáticas, es preciso mencionar ahora algunas consecuencias que trae la incapacidad de hacer sostenible económicamente un medio comunitario:

- a. la disminución de los ingresos, casi siempre provenientes de la pauta publicitaria;
- b. el rezago tecnológico que limita su alcance, calidad y el acceso a las plataformas

digitales que disminuyen la aceptación de sus públicos sobre todo el juvenil y

c. la pobreza en las estéticas y contenidos de su parrilla de programación, casi siempre limitada a la reproducción de listas de músicas programadas con anterioridad, interrumpidas solamente por voces pregrabadas que dan la hora o programas en vivo con un locutor que solo presenta programas de entretenimiento.

La oferta periodística y la realización de programas con participación directa de la comunidad queda rezagada en algunos casos a los fines de semana, e inexistente en otros.

El relacionamiento empresarial, una oportunidad para establecer proyectos de mediano y largo alcance

Frente al panorama expuesto anteriormente han surgido en el país diversas experiencias de medios comunitarios que muestran cómo desde la autogestión en los territorios es posible encontrar otras formas de financiación que, además de aportar a la generación de ingresos, fortalecen la función social de estos medios. Una de estas estrategias es el relacionamiento empresarial, un mecanismo para la inclusión y gestión de las expectativas, necesidades, inquietudes e intereses propios de las empresas y los medios comunitarios. Este tipo de relaciones les permite a los medios no solo ofertar servicios más allá de la publicidad tradicional, sino también crear propuestas que tengan en cuenta los intereses y necesidades propias de las empresas (sostenibilidad social) y del medio comunitario (sostenibilidad

económica); es decir, un gana-gana en el que cada actor participante aporta lo que quiere y lo que tiene, y obtiene sus propios beneficios.

Pero ¿qué interés pueden tener las empresas en establecer un relacionamiento con los medios comunitarios? En primer lugar, se destaca la legitimidad que como apuestas de comunicación social que contribuyen al desarrollo comunitario tienen los medios en sus comunidades. En este aspecto, a las empresas les interesa no solo establecer relaciones con actores de la comunidad que ejercen un liderazgo continuo y que son reconocidos por su activismo social; también construir sobre lo construido. Es decir, a las empresas no les interesa empezar de cero, sino, por el contrario, apoyar aquellas iniciativas sociales que ya vienen andando y que pueden mostrar resultados y procesos sostenidos en el tiempo. En el caso de los medios comunitarios, a las empresas les interesa implementar procesos comunicativos que tengan como característica principal la legitimidad de las comunidades, y que sean usados y apropiados por los distintos grupos de interés desde la certeza de que son escuchados, vistos y leídos.

Una vez se ha dado el acercamiento y la certeza de una alianza entre la empresa y el medio comunitario, se deben explorar al máximo las alternativas de los servicios a ofrecer en el marco de esta relación. Comúnmente lo que se oferta son paquetes de publicidad para la visibilidad de la empresa; si esta es la única alternativa lo más seguro es que se termine contratando la difusión de esos paquetes y el medio termine sólo vendiendo minutos al aire como se señaló en un apartado anterior. Se propone entonces ofrecer un conjunto de acciones comunicativas e informativas que, desde un objetivo principal bien construido, aporten no solo a la visibilidad de la sostenibilidad social de la empresa,

sino que contribuyan a mejorar las relaciones con sus distintos públicos de interés, y más allá de eso, que contribuyan a potenciar la participación de los distintos grupos comunitarios en la producción de programas periodísticos, tal y como se plantea al final del texto, en la presentación de la experiencia de la Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio – AREDMAG.

No obstante, concretar este tipo de alianzas con las empresas, exige a los medios pensar en el tipo de contratación que más les conviene. Siempre existen dos posibilidades: los contratos de prestación de servicios y los acuerdos de voluntades (convenios). En particular desde la experiencia misma de AREDMAG, se sugiere la realización de convenios en los que cada quien aporta lo que tiene a su alcance (aporte económico o en especie). La gran ventaja de construir relaciones basadas en esta figura contractual es la relación horizontal que se establece entre las partes, pues un diálogo de pares sin una jerarquía que subordine las acciones por realizar siempre da la posibilidad de corregir sobre lo construido, ajustar sobre la marcha y crecer conjuntamente. La clave está en que cualquiera que sea la idea de proyecto o iniciativa que se decida implementar se concerte entre las partes.

Ni tan cerca que queme al santo ni tan lejos que no lo alumbre

Como en cualquier proceso de negociación es muy importante que el medio comunitario determine qué está expuesto a negociar y qué no. Como veremos más adelante y desde la experiencia de AREDMAG, es preciso asumir una postura clara ante las empresas frente a los asuntos que son negociables y aquellos que no



Asociación de radiodifusión comunitaria Vokaribe

lo son. Para empezar, es preciso dejar en claro que el medio comunitario no pretende ni desea ser la caja de resonancia de la empresa ante los distintos grupos de interés; de hecho, las mismas empresas cuentan con un equipo humano que direcciona las comunicaciones estratégicas hacia ese fin, de manera que, al menos en teoría, no requeriría de este tipo de servicios del medio comunitario, pero no está de más salvar esta responsabilidad.

De no hacerlo así, el principal problema que se le presentará al medio que acepte ser convertido en una caja de resonancia, es quedar en entredicho en su legitimidad ante los distintos sectores sociales. En el caso de presentarse un conflicto social entre la empresa y un grupo específico de la comunidad, su independencia para informar sobre el tema queda lesionada; su neutralidad, herida y su imparcialidad, en estado de coma.

Entre otros aspectos a considerar como no negociables y que se deberían incluir en el

manual de estilo y el código de ética del medio comunitario están los siguientes:

- a. la independencia del medio para informar sobre cualquier asunto de interés común que afecte negativamente a la comunidad y en el que se vea involucrada la empresa;
- b. los contenidos que se emitan en el medio son de entera responsabilidad de la empresa y en nada comprometen el pensamiento del medio comunitario;
- c. en caso de que el proyecto acordado implique la participación de la comunidad en procesos de producción de programas de radio y televisión como estrategia para el fortalecimiento de la función social del medio, se respetará la autonomía de la comunidad en el abordaje de los contenidos propuestos. En este aspecto, teniendo en cuenta que la empresa querrá conocer los contenidos por emitir, las fuentes

por consultar y los formatos por utilizar, se propone, como alternativa, la creación de un comité editorial, integrado por un representante de la empresa, un representante del medio y un representante del grupo o colectivo de comunicación comunitario responsable de la producción. Este comité tendrá como propósito principal revisar la propuesta de planeación del programa, orientar el enfoque del tema y sugerir fuentes periodísticas para su abordaje; por ningún motivo tendrá la función de censurar los contenidos propuestos.

El caso AREDMAG – Asociación Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio

AREDMAG es una organización social de segundo nivel; agrupa a 18 emisoras comunitarias de la región del Magdalena Medio. Desde 1999 ha impulsado diversas iniciativas de comunicación comunitaria que buscan fortalecer la función social de estos medios de comunicación, es decir, promover la participación ciudadana en procesos de producción radial a través de la creación de colectivos de comunicación y radios escolares, crear franjas periodísticas de opinión y debate y en torno a este ejercicio, impulsar la formación ciudadana para la reportería comunitaria y fomentar la realización de cabildos de comunicación como una experiencia que enriquece y cualifica la labor de la radio comunitaria.

Para el logro de estos objetivos AREDMAG contó durante algunos años (2000 a 2009) con el apoyo de agencias nacionales e internacionales que encontraron en los medios comunitarios una alternativa para visibilizar las apuestas locales de desarrollo y paz. Se trata de una región caracterizada por los altos índices de violencia, ejercida

por los grupos paramilitares y grupos guerrilleros que se pelaban el control del territorio para establecer allí una economía ilícita basada en la extorsión, la producción y venta de cocaína y el hurto de gasolina a Ecopetrol. En el marco de este apoyo se logró un impulso importante al desarrollo de la radio comunitaria en esta región del país.

Pese a lo anterior, se destaca la paradoja de la financiación que hacen las agencias de cooperación internacional y el mismo Estado colombiano en los territorios donde hay conflicto armado. Esta consiste en que su apoyo a los proyectos de desarrollo social y comunitario esté garantizado mientras las estadísticas de la violencia sean altas y estas se cuenten por número de muertos o desplazados. No obstante, cuando por diversas razones del contexto propio de los territorios las cifras de la violencia disminuyen, la continuidad de la financiación de los proyectos comunitarios se estrecha o se finalizan de manera abrupta y definitiva.

Si bien en el caso de AREDMAG muchas de sus iniciativas lograron alcanzar sus objetivos y se convirtieron en experiencias sostenibles (colectivos de comunicación, red de reporteros rurales y radios escolares), otras, precisamente ubicadas en municipios con altos índices de violencia producto del conflicto armado, como el sur de Bolívar, no lograron subsistir.

Posteriormente a ese momento, y ante la drástica disminución de la financiación nacional e internacional dirigida a proyectos de comunicación para la paz, AREDMAG entró en una crisis económica que afectó la puesta en marcha de su plan estratégico a mediano y largo plazo. Ante esta situación, estando en riesgo la sostenibilidad misma de la organización, el equipo directivo revisó y debatió diversas alternativas que permitieron la continuidad de la organización en el

territorio y sus apuestas de fortalecimiento del sector de la radio comunitaria hasta el día de hoy.

La primera estrategia abordada fue la de fortalecer el portafolio de servicios a través de la unificación de tarifas entre las emisoras y concertar los porcentajes de ganancia para ofrecer paquetes publicitarios a empresas de alcance nacional. Sin embargo, esta iniciativa no tuvo el éxito esperado debido a dos razones: por un lado,



Asociación de radiodifusión comunitaria Vokaribe

el monopolio que diferentes agencias de publicidad del país tenían con los distintos grupos empresariales que no daban margen de maniobra para una negociación directa entre AREDMAG y las empresas, y en segundo lugar, la poca o nula experiencia del equipo humano de la organización en la venta de este tipo de servicios.

La segunda estrategia puesta en marcha fue la de fortalecer la gestión de proyectos con el sector público territorial. Si bien esta ha sido una fuente recurrente para la financiación de proyectos en la región, las continuas presiones ejercidas por la dirigencia política local y el desgaste en el lobby ante los funcionarios públicos para concretar dichas alianzas han hecho que AREDMAG hile fino y participe de este tipo de alianzas solo en casos muy específicos. Otro problema que se suma a este tipo de financiación es que en muchas ocasiones los tiempos formales de ejecución de los convenios no son los apropiados y se terminan ejecutando acciones que, en tiempo récord, que no permiten profundizar en los procesos ni en la instalación de capacidades en el territorio.

La tercera estrategia ha sido la participación de AREDMAG en las diferentes convocatorias públicas (concursos, becas, estímulos) a nivel departamental y nacional para poner en marcha proyectos de comunicación ciudadana y comunitaria. Esta estrategia ha resultado ser importante en la financiación de recursos para la implementación de acciones específicas sobre todo en la producción radiofónica. Pese a lo anterior AREDMAG ha optado por no continuar participando en este tipo de convocatorias debido al interés de las emisoras comunitarias que la conforman en aprovechar estas fuentes de financiamiento para conseguir su propia financiación. En este caso, el trabajo de AREDMAG ha consistido tanto en asesorar a las emisoras para que presenten sus

propias iniciativas como en cualificar su recurso humano en la gestión y escritura de proyectos de comunicación. Desde su fundación, no ha sido ni es intención de AREDMAG competir con las emisoras en la búsqueda de alternativas de financiación, sino, por el contrario, fortalecer sus propios procesos técnicos, organizativos, administrativos y de programación que permitan su sostenibilidad en el tiempo.

Finalmente, la cuarta estrategia implementada, de la cual se hará referencia hasta el final del presente texto, es la del relacionamiento empresarial, mencionado ya con anterioridad. En concreto, nos referiremos a la gestión alcanzada por AREDMAG con la empresa ISAGEN en los últimos cuatro (4) años para desarrollar un proyecto sostenido en el tiempo, es decir, hasta la actualidad, que le ha permitido a la red fortalecer sus diferentes procesos de trabajo con las emisoras.

Basados en la experiencia previa de trabajo de AREDMAG con el Ministerio de Cultura para la constitución de franjas periodísticas bajo la metodología de radios ciudadanas¹, se presentó a ISAGEN esta iniciativa para ser puesta en marcha en seis municipios del área de influencia de la Central Hidroeléctrica Sogamoso. El propósito, desde un comienzo, ha sido el de articular las agendas locales y regionales propias de las comunidades e ISAGEN, y de esta manera aportar a la generación de una opinión pública favorable a la paz, la equidad y la creación de un imaginario proclive a la convivencia ciudadana.

Para el logro de este propósito se consideró en primer lugar la necesidad de crear y/o consolidar

colectivos de comunicación radial responsables de la producción de las franjas periodísticas; fueron integrados por líderes de la comunidad y radialistas comunitarios con experticia en la producción de programas periodísticos. La selección de sus integrantes se hizo a partir del reconocimiento del trabajo de los líderes sociales que en su momento tenían tanto AREDMAG como ISAGEN.

En segundo lugar, una vez conformados los colectivos de comunicación y concertados con las emisoras los compromisos para su participación en el proyecto, se procedió a ofrecer una formación, bajo la metodología de diplomado, con una duración de 140 horas teórico-prácticas y avalado por una universidad de la región. Los dos ejes temáticos del diplomado fueron: análisis de coyuntura de las principales problemáticas sociales de la región y la producción de franjas periodísticas. En total participaron 18 integrantes de los colectivos de las radios comunitarias y el equipo de profesionales del Programa de Participación Comunitaria de ISAGEN. Como resultados del diplomado se logró, por un lado, establecer y concertar un cronograma anual de contenidos a partir de la identificación de problemáticas asociadas al reconocimiento de la diversidad cultural, el desarrollo humano, la gobernabilidad democrática y la convivencia pacífica. Por otro, la definición del proyecto comunicativo radiofónico que sustenta cada una de las franjas en los municipios. El proyecto comunicativo contempló el desarrollo de los siguientes ítems:

a. objetivos de la franja radial;

- b.* público objetivo;
- c.* duración de los programas;
- d.* estructura de contenido de la franja²;
- e.* día y hora de emisión y
- f.* estrategias de evaluación.

El siguiente momento consistió en la producción y difusión de las franjas periodísticas pregrabadas a cargo de los colectivos de comunicación en formato de crónica, reportaje, documental, historia de vida, relato radiofónico y/o mesa redonda. Sus principales protagonistas serían las mismas comunidades con sus propias narrativas, relatos, músicas y paisajes sonoros. Estas franjas se realizan con una periodicidad semanal y se complementan con la producción propia de AREDMAG producida por el colectivo regional, que aborda los mismos temas, pero desde una mirada de región.

Si bien los contenidos de las propuestas temáticas que se abordan en la producción de las franjas periodísticas surgen de la reflexión que hacen los integrantes de los colectivos de comunicación en encuentros pedagógicos, el proyecto contempla la conformación de un comité editorial regional “Guardián del mensaje” encargado de acompañar, orientar y asesorar a los colectivos de comunicación en el proceso de definición de temas y enfoques de cada una de las piezas comunicativas. Cada programa radial propuesto es revisado por el comité editorial a través de la matriz de mapa de contexto³ para analizar su pertinencia en torno a la temática seleccionada y su aporte a la generación de

ejercicios de reflexión, opinión y debate en la comunidad. Asimismo y una vez emitido, evalúa la propuesta estética conforme a los formatos periodísticos seleccionados.

Con respecto al sistema de seguimiento, evaluación y análisis de contenido, el proyecto cuenta con estrategias metodológicas, fundamentales para identificar debilidades, fortalezas y aprendizajes. En el seguimiento se incluyen visitas periódicas a los colectivos de comunicación y radios comunitarias para conocer los avances cuanti-cualitativos de las acciones a desarrollar. La evaluación se hace de tres maneras:

a. evaluación cuanti-cualitativa de los programas de radio a cargo del comité editorial,

b. autoevaluación del proceso de producción y piezas radiales a cargo de los mismos colectivos y emisoras comunitarias y

c. evaluación cualitativa de audiencias con el propósito de conocer sus puntos de vista frente a los contenidos y formatos propios de la franja periodística.

Los ítems que se evalúan son: i. comunicabilidad, ii. propuesta radiofónica, iii. función social y iv. nivel técnico. Los resultados de las tres evaluaciones se entregan a los colectivos para su respectiva revisión e incorporación para la cualificación de la propuesta estética y de contenido de la franja. En último lugar se destaca el análisis de contenido de carácter cuantitativo que permite indagar por aquellos temas a los cuales los colectivos les dan mayor o menor relevancia.

¹ Radios Ciudadanas es una estrategia de producción de franjas radiales de opinión y debate que promovió el Ministerio de Cultura y que buscaba crear espacios de discusión y deliberación de asuntos de interés público en el ámbito local y regional. A través de la realización de programas radiales que se emiten en franja, se pretende despertar reflexiones y dinamizar discusiones que apunten a la transformación de realidades cotidianas. Se trata de programas radiales realizados local y regionalmente, a través de los cuales se establezcan diálogos en torno a los ejes temáticos de interés común que se seleccionen en cada contexto.

² En este aspecto se acordó que la franja abordaría un mismo tema durante todo el mes en los municipios participantes y su enfoque estaría condicionado a los contextos propios de cada lugar;

³ El mapa de contexto es un instrumento de planificación de los contenidos que abordarán las distintas franjas radiales. Mensualmente cada colectivo local presenta al comité editorial este instrumento diligenciado a partir de los temas regionales acordados entre las partes y el cual deberá ser aprobado para la respectiva realización de los programas locales



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

En consecuencia, para conocer las fuentes de información y los formatos más utilizados se toman como unidad de análisis las fichas técnicas del 100% de los programas producidos y una muestra aleatoria representativa de las piezas realizadas.

Como resultados de este proyecto, que ya va para su quinta fase de implementación, se destacan los siguientes aspectos:

i) una mayor legitimidad de las radios comunitarias participantes con sus audiencias;

ii) la exploración de nuevos formatos que diversifican la oferta periodística de la radio;

iii) la reportería callejera como una oportunidad para salir de la zona de confort y que la radio se conecte con la ciudadanía desde los propios lugares que habitan;

iv) repensar los valores tradicionales del periodismo (objetividad, neutralidad e imparcialidad) para poner en discusión la pertinencia de incorporar nuevos valores como: la solidaridad, la inmersión y la comunión, siempre desde un manejo honesto, responsable y pertinente de la información;

v) la incursión de AREDMAG en la producción audiovisual mediante la realización de microprogramas de televisión que abordan los mismos temas de coyuntura regional de la franja radial. Su emisión se hace en seis (6) canales de la región, incluido el canal TRO, con una periodicidad semanal;

vi) la obtención de 10 premios de radio y televisión en los dos concursos regionales más importantes del periodismo en Santander y el Magdalena Medio: el premio Pluma de Oro de la Asociación de Periodistas de Barrancabermeja

y el premio Luis Figueroa Rey, que otorga la Gobernación de Santander;

vii) fortalecimiento de los aspectos legales, administrativos y de programación de las emisoras participantes. El proyecto no solo contempla la producción de franjas periodísticas, sino que se complementa con un proceso de acompañamiento a las emisoras para implementar planes de acción que permitan fortalecer los aspectos mencionados anteriormente.

Finalmente, y como valor agregado del proyecto, se destaca la creación de una página web por parte de los radialistas participantes como estrategia para darle mayor visibilidad a las producciones realizadas, promover el uso de las plataformas digitales en la radio comunitaria que aporten a la inclusión de nuevas audiencias y transformación del lenguaje sonoro y audiovisual hacia un lenguaje *transmedia*.

Los aprendizajes obtenidos por AREDMAG desde el relacionamiento empresarial

A diferencia de los proyectos que se ejecutan con el sector público (convocatorias, estímulos, becas), en los que los tiempos de ejecución son a máximo doce meses, en el sector privado los tiempos suelen ser mayores. Cuando una empresa define acompañar una iniciativa social, casi siempre lo hace de manera sostenida y programática. Esta situación es estratégica para los medios comunitarios y colectivos de comunicación, ya que permite la proyección de sus acciones e ingresos a mediano y largo plazo.

Dice un adagio popular que es mejor no poner todos los huevos en la misma canasta, y aplica

para los medios. Siempre es necesario diversificar la gestión en los medios comunitarios; así como no es conveniente depender solo de la venta de publicidad, tampoco lo es fijar todas las metas y proyecciones en el relacionamiento empresarial.

Cuando se establecen convenios con el sector privado se debe cuidar al máximo de garantizar el cumplimiento del 100% de las acciones comprometidas. Aquí no vale la inexperiencia de la organización como excusa para no ser eficientes en el desempeño. No hay segundas oportunidades.

Las cuentas claras y el chocolate espeso, dice otro. El manejo ordenado de la contabilidad, los contratos con el recurso humano y su seguridad social al día y el pago de las obligaciones fiscales y tributarias son requisitos de obligatorio cumplimiento para los medios comunitarios que desean establecer cualquier tipo de contrato y/o convenios con entidades del Estado, ONG o empresas privadas. De esta manera no se exponen a demandas laborales, sanciones de ley o multas por parte de la DIAN que pueden terminar llevando al trasto el desarrollo de sus proyectos sociales y a la quiebra a la organización.

Latidos del barrio que se hacen radio

Por: Asociación PALCO
Emisora Comunitaria La Esquina Radio



Asociación Palco, La Esquina Radio

Amaneceres grupales

Son apenas las 8:30 de la mañana, de uno de esos viernes en donde la cultura florece desde el día anterior, y aunque aún faltan muchas casas por abrir sus ventanas, ya en el barrio La Cruz se divisa cómo el sol alcanza a cubrir a todo Medellín.

- Mamá, por aquí están los de La Esquina Radio
- Doña Marta, buenos días, ¿madrugamos mucho hoy? Pregunta uno de los integrantes de la radio - “Es que el bus nos subió muy rápido, y por fortuna no nos encontramos con el carro de la basura.

Es bueno aclararles que si uno va subiendo a los barrios La Cruz, Bello Oriente o El Faro, por mencionar algunos, y el camión de la basura está subiendo, se hace una fila tremenda de ahí para abajo; pues sus vías son tan estrechas que apenas cabe un carro, y los techos de muchas de

sus casas se asoman un poco a la carretera pendiente, que nos lleva a otra ciudad. Una que se ha construido de las manos de mujeres y hombres desplazados por el conflicto armado, que llegaron a “complementar este ciudad con sus saberes ancestrales”.

Nuestro gran reto como emisora comunitaria es subir a los barrios a devolver los relatos de vida que, en la semana anterior, sus gentes le contaron a la ciudad. Allí, a través de la conversación con los grupos de interés, devolvemos a las comunidades lo que nos han regalado en sus historias y nos disponemos a escuchar si el propósito de la radio, con sus producciones, es lo que realmente queda en los participantes luego de escucharse.

Para muchos expertos esto se llama evaluación de los procesos, pero para nosotros no es más que ponerle orejas a la radio, para ver qué tan cerca estamos de las necesidades de las comunidades participantes. Y ahí va nuestro primer método

de autoaprendizaje: con estos grupos de discusión hemos entendido que al escuchar más podemos contar mejor.

Ya son las 9:00 a.m., mujeres y hombres del barrio La Cruz van llegando y, luego de un beso en la mejilla como saludo al equipo de trabajo de la radio, van tomando sus lugares, aquellos lugares que ellos mismos se han dado en su barrio. Y empiezan a contar sus historias domésticas y barriales; historias a las que nosotros les ponemos mucha atención, pues son el primer indicador de nuestro proceso: *¿Qué es lo que cuenta nuestra radio y qué tanto se parece a lo que cuentan sus habitantes?* Y cada una de esas conversaciones se va quedando plasmada en nuestra memoria y en nuestra libreta de apuntes, esa que además de estar impresa con una foto personal, es la que cada uno de nosotros abre cada mañana antes de iniciar la jornada como periodista, para recordar a quiénes escuchamos y les hablamos cada día.

Don Ernesto nos dice que apenas ayer escuchó “La Devuelta” - nuestro informativo radial - “porque martes y miércoles no puede sintonizar bien la emisora”. Vale recordarles a ustedes, queridos lectores, que a las emisoras comunitarias de Colombia se les asignan diales pares, que en un radio normal es difícil de sintonizar y que, además, en el caso de La Esquina Radio, tiene 20 vatios, frente a los 5000 kW de algunas emisoras comerciales. Y eso es lo que han llamado en Colombia *democratización de la radio*... Pero bueno, no dejaré que se pierdan mis energías en entender esta forma de equidad.

Volvamos a la charla con don Ernesto. Él le reclama a la radio de que no escuchó la nota que él había propuesto en la reunión anterior, la de la Casa de la Cultura y de los programas que presta en el barrio. Ante tal reclamo, le contamos que esa nota salió en la emisión del miércoles, porque ese día el derecho que se trabajó fue el derecho a la cultura. Y aunque don Ernesto no quedó del

todo contento con la respuesta, avanzamos en el encuentro.

La primera invitación que hicimos al grupo fue a hacer memoria de los temas que ellos habían elegido para la agenda informativa y el derecho al que correspondía cada uno. La gran mayoría sacó sus libretas de apuntes y empezaron a decir los temas y derechos en voz alta.

- “Procesos culturales en la comuna y el derecho a la cultura”
- “El acueducto comunitario y el derecho al agua potable”
- “Oferta educativa y el derecho a la educación”
- “Historia de los líderes del barrio y el derecho a la participación”
- “La inseguridad en la comuna y el derecho a la convivencia”

Y así, uno a uno fue nombrando cada tema, y juntos escuchamos cada una de las notas que se emitieron en el noticiero.

“A mí me gustó mucho el editorial del derecho al agua potable que hizo Leo Buenafuente de la Calle” -nuestro personaje institucional del

informativo-, ese que nos libra de todo peligro y que al final nadie sabe dónde encontrarlo para desaparecerlo, porque él sí dice lo que muchos no podemos. “Esperen y verán lo que dijo Leo”, saca su cuaderno de apuntes y luego de mojar sus dedos con un poco de saliva e impostando la voz dice: ¿A quién le han negado el derecho al agua?, yo digo que a nadie. Cuando llueve todos podemos salir a darnos un buen chapuzón. Nos podemos acercar a una quebrada, y si se puede... nos podemos sumergir en ella. El agua nos pertenece, y todos tenemos el deber de conservarla. Hoy la pregunta es: ¿a quiénes se nos ha negado el derecho al agua potable? Eso me hizo recordar a doña Beatriz, que aún no tiene agua potable y vive super enferma”. Todos se empiezan a reír, creo que haciéndole un quite a la tristeza de no tener agua potable, pero también para hacerle una venia a Margarita por su buena memoria.

Apenas llevamos 30 minutos de encuentro y ya, como radio, hemos recibido nuestras primeras retroalimentaciones:

- La comunidad articula los temas de la agenda informativa con cada uno de los derechos, utilizando la comunicación como un acto público para la defensa de sus derechos.
- Al narrar los acontecimientos cotidianos de los barrios de Medellín los participantes

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



y sus familias se convierten en audiencias activas de sus propias historia.

Así es como La Esquina Radio se trae del barrio La Cruz la satisfacción de haber contado las historias que los habitantes de este barrio necesitan escuchar.

Ya son las tres de la tarde y el equipo de trabajo de la radio empieza a bajar del barrio; regresa animado a ajustar sus grabadoras y zapatos para seguir recorriendo la ciudad.

Un lunes para la conspiración

“...Ya estamos todos... podemos empezar”. Aunque han pasado 15 minutos de la hora acordada, los integrantes del equipo de trabajo de La Esquina Radio se disponen a compartir sus hazañas. Cada uno hace un recorrido con la ayuda de su diario de campo, un recorrido que nace del corazón y de la sensibilidad con la que se recargan la piel y el cuerpo, luego de acompañar los procesos en los barrios.

Dice la coordinadora de Historias Golosas que “el miércoles los niños y las niñas estuvieron un poco dispersos, pareciera que el tema de la memoria no les llama mucho la atención. Yo estuve conversando con ellos y la verdad siempre relacionan la memoria con la tristeza que les genera aquellos que ya no están, que en su mayoría son sus padres”.

Ya en colectivo se disponen sus compañeros a dar ideas metodológicas de cómo trabajar con ellos y ellas las memorias esperanzadoras. Una de esas propuestas es ponerlos a identificar a las personas que en el barrio aportan a su felicidad, y convertirlos en superhéroes. Estos, al final, serán los personajes de la producción, y así harán conscientes a esas personas de que también existen cosas buenas en sus barrios y en sus experiencias

de vida, así como personas que les aportan a la construcción de sus memorias de futuro.

Así van avanzando los momentos del encuentro del equipo de trabajo de la radio, en un ir y devenir de historias y recuerdos que se convierten en ajustes metodológicos para cada proceso comunicativo. Allí no importa si uno coordina el proceso de infancia, el de memoria, el de literatura o el de discapacidad; todos tienen el derecho y el deber de aportar al proceso de sus pares a partir de sus lecturas propias y sus experiencias. De esta manera, también se aporta al proceso comunicativo de La Esquina Radio.

Este es nuestro segundo método de autoaprendizaje. El encuentro grupal nos permite reevaluar y ajustar el proyecto político comunicativo de la radio. Un proyecto en constante construcción que se acomoda a las necesidades traídas desde el corazón de la ciudad por cada uno de los profesionales. Ajustes que se hacen a partir del convivir con las realidades de las comunidades de interés y bajo la premisa del bien colectivo.

El mediador del oyente

- 1,2,3 al aire.
- Hoy “Territorios Vivos” se transmite desde el corregimiento de San Cristóbal
- CONTROL: CABEZOTE
- Ponga musiquita que estoy muy nervioso
- Respire profundo, le responde el control máster

Así transcurre cada ocho días, los lunes a las dos de la tarde, la franja radial de la Junta de Programación de La Esquina Radio. Allí, 21 organizaciones de diferentes sectores de la ciudad construyen su agenda informativa para contarle a Medellín cómo sus procesos sociales le están apostando a la construcción de una sociedad más justa.

Con el acompañamiento de la radio las organizaciones de la Junta de Programación se reúnen cada tanto para conversar sobre los temas más coyunturales de la ciudad y sobre cómo cada una de las organizaciones sociales le está apostando a la búsqueda de soluciones. Que hagamos un programa sobre el plantón de las mujeres, que hablemos de la violencia contra las niñas y adolescentes, que tratemos el tema del presupuesto para la educación pública, en fin, cada ocho días un sinnúmero de temas viaja por el espectro electromagnético con el único propósito de generar cambios de ciudad.

Ahí el equipo de trabajo de la emisora tiene un papel fundamental: convertir esos temas en formatos radiales adecuados al público de interés de la radio. Para esto, vamos preparando nuestros talleres de formación radial sobre formatos como la crónica, el reportaje y los radio dramas; todos están basados en la estructura de pequeños formatos que, además de comunicar los mensajes deseados, puedan ser usados en las redes sociales, y así poder llegar a otros públicos.

De este grupo de organizaciones se define el mediador del oyente, como hemos querido nombrar al defensor del oyente. Esta organización es la encargada de hacerle acompañamiento a cada una de las franjas que pasan por la radio, a partir de los principios que como emisora comunitaria nos trazamos hace ya un poco más de seis años. Esta organización escucha entonces atentamente la programación y hace un análisis de sus

contenidos, recordándonos que es fundamental que la información sea tratada con equidad, sin sexismos, sin violencias ni fanatismos, y sobre todo, que el contenido sea pertinente y plural. En últimas, que esta radio sea una ventana abierta a la vida.

Y este es nuestro *tercer método de autoaprendizaje*. La junta de programación es nuestra aliada, pues su veeduría fortalece cada día el proceso de La Esquina Radio y la reta a ser un medio de comunicación que se involucre con su comunidad, nos recuerda que no hacemos radio para la gente, sino con la gente. Y así la radio fortalece las organizaciones comunitarias, a la vez que ellas fortalecen la radio y su proceso comunicativo.

Ya solo faltan 10 minutos para finalizar el programa, y aunque el control hace señas anunciando que deben despedir, Tarcisio de la Recab, que inició el programa de manera tímida, ya no quiere parar de hablar, pues siente que aún faltan muchas cosas por decir.

Contar para sumar

Acercarnos a quienes han participado activamente en la construcción de nuestro proyecto político comunicativo, no tiene otra intención que la de ver cómo estos actores han ayudado a hacer realidad nuestra misión de construir un mundo ético, abierto a la vida, digno y justo.

Todavía para muchos la radio es compañía, pero para nosotros, en esta esquina del mundo, la radio es un espacio para el encuentro. Un escenario en el que los procesos de comunicación y educación son un acto político, que sirve para gestar acciones de cambio social. De ahí que nuestra radio promueva la construcción de contenidos colectivos, refuerce los valores humanos

y los derechos colectivos, y a partir del derecho a la comunicación aporte a la construcción de comunidades de diálogo y participación.

Pero para lograrlo -y este es nuestro cuarto método de autoaprendizaje- tuvimos que escuchar la otredad antes de que saliéramos al aire por primera vez, para poder entender la ciudad más allá de un fenómeno urbano, en cuanto la explosión demográfica. Fue necesario descubrirla como un lugar de relaciones heterogéneas/diversas, como el lugar del ciudadano, como el espacio de derechos, intercambios y comunicación.

Es decir, la ciudad como texto y discurso en la que cada objeto y persona fija significados y una memoria del territorio urbano a partir de las relaciones simbólicas-imaginarias. La pregunta que marcó la ruta de esta investigación cualitativa fue: ¿cómo los habitantes de Medellín se apropian de la radio en sus diversos contextos? Un camino ambicioso por conocer los contextos e imaginarios socioculturales de las futuras audiencias de La Esquina Radio.

Este ejercicio investigativo, de intercambio de la palabra en torno a la radio, nos permitió

no solo conocer la relación de las comunidades y organizaciones sociales participantes con la radio, como medio, sino también pensar y proponer nuevas reordenaciones del sentido social a través de la relación de las comunidades con la radio comunitaria. Ello que se refleja en el proyecto comunicativo y estructura radiofónica de La Esquina Radio.

Escuchar nuestras audiencias es un acto de ciudadanía y un deber comunitario de nuestra radio. A través de ellos es como identificamos gustos y necesidades y nos aproximamos a nuestras agendas informativas. Por eso preguntarnos por nuestra audiencias es un acto que va más allá de la pregunta tradicional: ¿cuántas personas escuchan la emisora?

Hemos entendido que para La Esquina Radio lo importante es convertir las audiencias en participantes, es permitirnos hablar de ciudadanías activas que participan en la construcción de lo público como un deber y un derecho ciudadano, y que utilizan la radio como una herramienta para comunicar. Este es *nuestro quinto método de autoaprendizaje*.

Lo que nos hace comunitarios no es solo nuestra vida jurídica, sino la capacidad de construir procesos comunicativos con las comunidades que generan transformaciones locales y el empoderamiento territorial como acciones de derecho.

En la radio comunitaria no se hace radio para las comunidades, es la propia comunidad la que hace la radio; esta es nuestra gran particularidad. Por eso al momento de hacer investigación de audiencias para nuestras radios comunitarias deberíamos cambiar la pregunta de investigación ¿usted escucha La Esquina Radio? por ¿La Esquina Radio lo escucha a usted?

Asociación Palco, La Esquina Radio



Los colectivos de comunicación popular

Espacios para la metamorfosis social

J. Ignacio "Iñaki" Chaves G.
Director de la maestría en Comunicación, desarrollo y cambio social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO.

“La comunicación es un derecho individual básico, así como un derecho colectivo requerido por todas las comunidades y naciones”

Informe MacBride

“Reconozcamos el poder de la radio para promover el diálogo, la tolerancia y la paz”

António Guterres (secretario general ONU)

Introducción

Los colectivos de comunicación son ejemplos de participación, son espacios que no necesitan el adjetivo de “comunitaria” porque la comunicación que practican es hecha en comunidad, poniendo en común, que es la raíz etimológica del término “comunicar”.

En Colombia existen esos colectivos en cualquier parte del territorio nacional. Son refugios

para la palabra en los que se da esa tan demandada democratización del verbo que busca democratizar la sociedad y en los que la participación y el diálogo son la base de las relaciones comunicativas.

Los colectivos de comunicación popular, de los que forman parte destacada las radios comunitarias, son espacios para la metamorfosis social. Entendiendo ésta como la transformación que se da en cualquier colectivo o individuo, a lo largo



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

de su vida por las distintas interacciones, entre ellas la comunicativa, con sus congéneres. Los cambios que produce ese proceso de metamorfosis son a veces imperceptibles para dentro, pero promueve otra realidad hacia fuera.

Hablar de colectivos de comunicación es pensar en otra comunicación alejada de la masiva y dominante, es reflexionar sobre otras narrativas al margen de los dictados de lo noticioso e inmediato, es hacer metamorfosis social desde la comunicación que emana de los de abajo que no son menos ni menores, que son la base de la ciudadanía crítica y activa.

La comunicación comunitaria de los colectivos de comunicación

Que los colectivos de comunicación sean de “titularidad” comunal, es decir de todos y de nadie, de la comunidad y de cada una de sus

integrantes, es un factor que determina la ideología latente en su composición. Porque es la propiedad del medio, o de los medios, el factor que determina la producción comunicacional (Esteinon, 1986) de contenidos. Si hay un propietario único, o una corporación mediática, o un oligopolio (todos ellos de claro carácter financiero) serán sus intereses económicos quienes guíen el camino de la comunicación que practican.

La Unesco (2015) habla de la sostenibilidad de los medios comunitarios, o de proximidad, como garantes del pluralismo y de la libertad de expresión, como referentes paradigmáticos de la diversidad comunicativa tan necesaria para la salud democrática.

Tal como planteaba el ya histórico, y por desgracia demasiado olvidado, *Informe MacBride* “debe ser posible el establecimiento, en líneas generales, de objetivos y valores comunes en la esfera de la comunicación, basados en intereses comunes en un mundo interdependiente” (1987,

Pág. 207). Esos intereses son los que predominan entre los colectivos de comunicación, buscando el beneficio social y colectivo frente a posibles beneficios económicos o de marca.

Son, o deberían ser, un contrapeso al desequilibrio comunicacional, informativo, que el propio *Un solo mundo, voces múltiples* denunciara hace ya casi cuarenta años y que el entonces director general de la Unesco Amadou-Mahtar M'Bow señalara, en la presentación de dicho texto, “el mundo continúa volviéndose cada vez más interdependiente. Pero esta interdependencia va de la mano con muchos desequilibrios y a veces genera graves desigualdades” (1987, Pág. 11).

Visibilidad de los colectivos de comunicación

El Ministerio de Cultura de Colombia está llevando a cabo una labor de conocimiento y reconocimiento de diversos colectivos de comunicación del país. Una iniciativa loable que no debería quedar en un simple informe que termine rellenando un anaquel que casi nadie consulta o engrosando un histórico de actividades que mueren archivadas en un cajón después de haber justificado una inversión sin réditos palpables.

A través de una visita *in situ* a una veintena de colectivos de comunicación repartidos por el territorio colombiano, de Nariño al Chocó, de Santander a Caquetá, del Putumayo al Cesar, de Bolívar a Antioquia, del Cauca a Caldas y de Sucre a Atlántico, pasando por la capital del país, el proyecto ha recogido los sentires y los sentidos de las gentes que desde comunidades rurales y urbanas le apuestan a otra comunicación para interactuar y relacionarse, otra comunicación para construirse como sociedad y otra comunicación que contribuya a la metamorfosis de un

mundo, en este caso “su” mundo, que no refleja realmente lo que en ellos, “sus mundos”, sucede.

La comunicación producida por los mal llamados medios de comunicación, que no son tales sino medios masivos de difusión y cuyos productos no son sino simples informaciones verticales y dirigidas que muchas veces desinforman y otras muchas deforman la realidad a gusto de quien la paga, no refleja aquellos mundos que quieren salir a la luz y conocerse y que trabajos como el llevado a cabo por el ministerio público colombiano y su publicación contribuirán a ello.

Una especie de estado del arte, un tanto sui generis pero en cualquier caso relevante, para conocer de su situación y sus experiencias, de sus trabajos y sus práctica cotidianas, de sus aprendizajes y enseñanzas y de sus logros y dificultades.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

La finalidad es tener datos que permitan elaborar políticas públicas y diseñar estrategias, también comunicativas, para seguir fortaleciendo sus acciones, su presencia en los territorios y sus aportes a la construcción de paz y ciudadanías activas. Ojalá sea así, el tiempo nos lo dirá.

Por lo pronto, que se conozcan y se sepa de su presencia y su labor es ya un aporte importante a la realidad del país y a la de los propios colectivos.

Veinte colectivos en dieciocho localidades de trece departamentos del país más el distrito capital han formado parte de un primer acercamiento para dar a conocer sus realidades a partir de sus propias voces. Que sean los colectivos, a través de quienes los forman, los que cuenten sus ideas, sus labores, sus logros o no tanto, sus sueños y su situación en el campo de la comunicación, es un primer y gran paso para que el resto del país, o fuera de él, conozcan y entiendan qué son y qué comunican estos grupos sociales.

Cuestiones alrededor de temas como su idea de comunicación; conocer, en alguna medida, cuál es su incidencia y si eso les quita el sueño; su relación con las audiencias, la conectividad de sus organizaciones y su conexión con sus propios territorios; cuáles son sus procesos o proyectos formativos y cómo los relacionan con las comunidades; cómo se sostienen y persisten; qué contenidos producen y difunden, y cuáles son los retos que afrontan y las necesidades que tienen.

A todo eso, o a buena parte de ello, han respondido, en mayor o menor medida, esas dos decenas de colectivos que trabajan con y para las comunidades desde la comunicación.

Comprender la comunicación

“La comunicación es el lenguaje del alma, es la vivencia de un pueblo”

(Carchansa, Sibundoy)

Saber qué opinan los colectivos de comunicación de la comunicación que hacen es el punto de partida para entender sus realidades comunicativas y poder explicar lo que hacen y porqué lo hacen.

Entender la comunicación no es una tarea fácil en un mundo en el que nos llevan décadas ofreciendo como comunicación aquello que no es más que información. Los condicionantes del lenguaje determinan la comprensión del mundo en el que vivimos, y los medios nos han estado “informando” haciéndonos creer que era comunicación lo que difundían

“ (...) son los verdaderos puntales de un sistema insostenible y caduco. Sólo una minoría de ellos mantiene un compromiso al margen de intereses partidarios y defiende un periodismo comprometido con la sociedad,

atreviéndose a romper la agenda marcada por las corporaciones y las entidades financieras”.

(Chaparro, 2015, Pág. 183)

Desde los colectivos se lucha por contrarrestar el poder de los medios, por reducir la estigmatización que producen sus “informaciones” en los imaginarios colectivos, tanto en sus propias comunidades como en quienes no les conocen salvo por lo negativo que propagan las noticias “hacen más daño las publicaciones de ustedes que las balas en la Comuna 13” (*Full productions, Medellín*).

Aclarando esta diferencia fundamental entre comunicar e informar para saber de qué hablamos o de qué queremos hablar. Reflexionando sobre esa diferencia básica para destecnificar la cuestión y no olvidar que la técnica puede facilitar la comunicación, pero no la garantiza (Wolton, 2011). Por el contrario, la verdadera comunicación tiene la capacidad de “influir en la construcción de procesos políticos que lleven a la transformación social y a la construcción de ciudadanía” (*MeJoda, Cali*).

Los colectivos saben de la importancia de la comunicación en sus procesos y que con ella tienen la posibilidad de metamorfosear sus realidades en busca de un mundo mejor (al menos el suyo, su entorno) “Es un proceso que lleva

a transformar y mostrar lo que no se conoce y saber de los territorios y sus comunidades” (*En puja, Nuquí*).

Además de reconocer a la comunicación como un proceso dialógico, horizontal y participativo, es pertinente saber de los colectivos de comunicación que en toda Colombia promueven esa comunicación para escuchar a las otras personas, para construir desde el diálogo y para contar con las narrativas propias que nacen de la base social de las comunidades.

Una escucha para poder conocer que su labor comunicativa tiene entre sus apuestas que individuos y colectividades sepan que es mejor reconocerse que excluirse, mejor conversar que matarse, mejor transformarse que desaparecer. La comunicación que practican media, atraviesa e incide en la metamorfosis social de sus comunidades y espacios.

La comunicación es algo demasiado importante para dejarla solamente en manos de los medios masivos, de los poderes mediáticos y financieros y de gobiernos manipuladores. La sociedad, en este caso los colectivos de comunicación, deben comprenderla y practicarla para ejercer la libertad y conseguir los derechos fundamentales “el pensamiento crítico debe dirigir la mirada al en sí de la relación

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



comunicante (...) debe comprender a fondo qué es la comunicación” (Pasquali, 2007, Pág. 32). Sin comunicación no hay comunidad, no se da el relacionamiento humano necesario para crear sociedad.

Entienden que muchas cosas comunican, incluso el peinado (*Acop, Tumaco*), y que ayudan a compartir promoviendo “el respeto a la diferencia y nos lleva a construir paz” (*Cantoyaco, Puerto Caicedo*).

Su labor, desde una comprensión de la comunicación al margen de modas y de imposiciones ajenas, es introducir en las prácticas comunicativas de los colectivos la perspectiva ética y política de una sociedad en continua transformación, que necesita que sus metamorfosis tengan sentido para la mayoría.

Audiencias

Si hay algo que se piensa que lastra la labor de los medios en su obligación de formar e informar, además de entretener, es la exigencia que se les impone por lograr audiencia. Algo que la mayoría de las veces condiciona negativamente su programación y producción.

Para los colectivos de comunicación, sean medios ciudadanos, libres, alternativos o alterativos, de proximidad, comunitarios o como quiera que los denominemos pero que tengan como prioridad el diálogo y la participación, el número de seguidores, escuchantes, televidentes, lectores o lo que sea, no es una prioridad. Tampoco lo es para los colectivos de comunicación popular objeto de este proyecto.

¿Dónde están los y las comunicadoras más atentas al contexto que en los colectivos comunales de comunicación? La propia idiosincrasia de esos grupos sociales activos así lo determina, puesto que se nutren, se difunden y se realimentan de lo que sus entornos les muestra, de lo que se narra y de lo que les afecta.

Los colectivos de comunicación están directamente vinculados a sus territorios y a las comunidades en las que se insertan, pero eso no significa que ni los unos, quienes conforman estos medios comunitarios, ni los otros, las personas que les siguen y forman parte de ellos como participantes, usuarios o escuchantes, se mueven por intereses relacionados con los índices de audiencia o las cuotas de seguimiento que sus actividades tengan. Al contrario, lo que se valora es la posibilidad de diálogo, la escucha, la participación y los aprendizajes mutuos que se dan en los procesos comunicacionales que llevan a cabo.

En Colombia estos colectivos están más ligados a la identidad y al territorio que a la denuncia, más a la participación y al diálogo que a la incidencia política, le apuestan a las relaciones comunicacionales con sus gentes por encima de querer conocer cuánta audiencia tienen y cómo inciden en ella.

No ha sido una cuestión muy respondida en el proyecto porque “las audiencias vistas de manera tradicional para ellos no es relevante (...) lo que les interesa es dar cuenta de sus procesos comunitarios” (*La Esquina radio*).

Lo suyo es una comunicación nacida desde abajo sin la intención de trascender, pero sí para no dejar que se callen o silencien las otras voces. Realmente no se plantean esa posible incidencia que puedan tener en sus audiencias, “No están seguros si les interesa realmente hacer las mediciones de audiencias” (*Aredmag*).

Evidentemente influyen en sus comunidades, fortalecen sus identidades y promueven el reconocimiento de sus territorios, pero no sienten la necesidad de saber a ciencia cierta en qué medida su labor provoca entre quienes forman parte, como participantes o escuchantes, de sus colectivos. El nivel de la participación y la difusión de sus productos comunicativos es ya un reflejo suficiente de su impacto.

No hay necesidad de conocer la posible incidencia en las audiencias. Al menos, no de la manera que se entiende por los medios masivos y sus luchas por el *share*, por la cuota de penetración de su dial y el impacto entre el público de los programas que emiten.

Formación

Se busca que los chicos encuentren en estos espacios, formas de estar con otros, compartir, divertirse, opinar, que descubran que a través de la comunicación se pueden expresar, decir, aprender y sobre todo hacer valer sus derechos

(Colectivo infantil Cometines, San Gil)

Poniendo por delante la gran labor que llevan a cabo todos y cada uno de los colectivos y que algunos de ellos se destacan especialmente por su empeño en apostarle a la construcción de paz y memoria a través de la comunicación en medio de un conflicto armado que, pese a los acuerdos de La Habana, sigue costando vidas e ilusiones; tal vez se echan de menos más apuestas educativas en línea con la formación de pensamiento crítico, de lectura de los territorios y de reflexión alrededor de los condicionantes que nos rodean como sociedad y como individuos.

Hay un cierto predominio de la formación técnica por encima de la relacionada con el pensamiento, pero también a partir de aquella se empoderan y se apoderan de sus propios discursos y narrativas para conformarse como sujetos políticos activos de sus comunidades.

Además de la formación en producción radial, el programa más ofrecido, se promueven otros proyectos formativos, como la creación de laboratorios creativos, el respeto y el cuidado del medioambiente, la elaboración de material audiovisual, los aportes a la construcción de paz, la comunicación propia como forma de vida y como reconocimiento de la identidad, de lo territorial y lo intercultural, el aprendizaje conjunto y el reconocimiento de problemáticas comunes

En muchos casos la formación es una excusa cuya finalidad última es motivar a la juventud a no entrar en las dinámicas del conflicto y las violencias estructurales, tráfico de drogas, de armas, delincuencia común, sicariato, etc.

También destaca en los procesos formativos la fidelidad a las propuestas educativas liberadoras planteadas por Paulo Freire y, en algunos casos, hacer lectura crítica de medios y entender que no existe una verdad absoluta y que se pueden construir propuestas alternativas a las dominantes.

El desarrollo de metodologías para que las personas sean autónomas y asuman el sentido de pertenencia a la comunidad y al territorio desde la participación y la experimentación de cualquier colectivo, ya sea población indígena, campesina, LGBTI o con diversidades funcionales, ya sean físicas o cognitivas, así como la construcción de ciudadanía otras.

Hay colectivos que forman “a demanda”, en función de lo que las y los niños estudiantes narran y quieren aprender en escuelas heterodoxas que, más que



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

aulas, son espacios abiertos. Dar voz a la infancia para que sean parte de la comunidad. Formar a las personas integrantes de los colectivos y a las gentes de la comunidad, aprender haciendo.

Además, gracias a la adopción de nuevas tecnologías se han cambiado las maneras de hacer, pasando a producir contenidos transmediales sin abandonar lo radial. Realizan talleres de edición digital, pero no abandonan los clásicos boletines ni los cine foros ni, sobre todo, la producción radial que es su herramienta más penetrante y popular.

Forman en comunicación para construir paz, para recuperar la memoria y hacer sujetos sociales y políticos que trasciendan sus realidades y tomen las riendas de sus propias vidas. Van de la formación sociopolítica a la artística y cultural a partir de la apropiación de los medios, mayoritariamente la radio, participando para construir y crecer, dando visibilidad a sus comunidades y a sus problemáticas.

Producción y circulación

El apartado de Producción, realización y circulación de contenidos está directamente relacionado con los procesos de formación, toda vez que la mayor parte del trabajo de los colectivos es formativa y es la que, cuando se produce, se circula entre sus seguidoras y seguidores. Además de que también es una situación de doble vía porque lo emitido es mayoritariamente resultado de sus procesos formativos que alimentan sus parrillas comunicativas.

Sus laboratorios creativos, sus escuelas de formación y de comunicación propia, sus proyectos radiofónicos y audiovisuales buscan tejer comunidad, reconocer sus identidades y proteger sus territorios. Para ello forman y por eso producen y circulan los contenidos que les dan visibilidad, que les hacen recuperar su pasado para leer su presente y planificar su futuro. Comunicación, comunidad, identidad y territorio conforman sus esfuerzos y sus producciones.

Conectividad

La innovación la conciben más allá de lo digital, desde la exploración de formas de narrar con una fuerte participación de voces locales o comunitarias, buscando una participación diversa que no excluya a sus actores.

(Aredmag, san Vicente del Chucurí)

En el tema de la conectividad, se tiene que tener en cuenta que el índice de penetración de internet es de cerca del 60 % de media en todo

su alcance sea mayor y su difusión más rápida o lejana.

Es por eso que algunos colectivos participantes no tienen la conectividad como una prioridad “Es un aspecto nulo e inexistente dentro del colectivo debido a que el lugar en el que están no cuenta con la mejor conectividad” (Carchansa, Sibundoy).

Según la medida de sus posibilidades, todos intentan hacer uso de recursos tecnológicos para sus actividades. Las redes virtuales más utilizadas



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

el país. Por lo que los colectivos que están en zonas urbanas no cercanas a grandes capitales o aquellos que se sitúan en zonas rurales no disponen de una buena cobertura tecnológica o de una conexión suficiente para que su labor se vincule directamente con las nuevas tecnologías y

también forman parte de su quehacer, así como plataformas de grupos de mensajería instantánea, lo que les permite mostrarse, que “les vean” (Escuela audiovisual, Belén de los Andaquíes).

Aunque la mejor “conectividad” es la que tienen, precisamente por la relevancia de lo participativo y lo territorial, directamente con la población. Porque es en las relaciones directas y cercanas donde se construye comunidad.

“

Nunca tantos han sido tan incomunicados por tan pocos. (...) La dictadura de la palabra única y la dictadura de la imagen única son mucho más devastadoras que la dictadura del partido único. Están imponiendo un modo de vida que tiene por ciudadano ejemplar al consumidor dócil y al espectador pasivo que se fabrican en serie y a escala planetaria, según el modelo de la televisión comercial”.

(Galeano, 1997, Pág. 141)

Territorio

Narrar la historia, los hechos, los personajes, desde quienes directamente la han vivido permite que las personas comprendan mejor lo que ha pasado en ciertos territorios e incluso se sensibilicen frente a esas realidades.

(Kuchá Suto, san Basilio de Palenque)

Cuando se habla de territorio en el campo de la comunicación no solamente se hace referencia al espacio geográfico, también se incluye el vínculo ancestral con la tierra, el relacionamiento con sus moradores, el sentido de pertenencia y la afinidad con sus culturas. El territorio se construye en las relaciones sociales, culturales, económicas y políticas, por lo que también se metamorfosea como efecto de esos mismos lazos que existen y con los que se crean.

El territorio como “concepto teórico que muestra las relaciones sociales entre los seres

humanos y la naturaleza”, también ha sufrido cambios influido por las nuevas relaciones llegadas con la globalización y con las tecnologías de la comunicación y la información (Llanos Hernández, 2010). El territorio está hoy más definido por las relaciones sociales que se puedan dar en él como espacio que en los límites que lo enmarcan como objeto jurídico, político o administrativo. Ya no se puede explicar igual, sus características se transforman en función de las relaciones que en él acontecen.

A través de la comunicación, los colectivos pueden transformar la percepción de esos territorios y cambiar los imaginarios sobre los mismos. Con sus labores comunicativas han fortalecido el tejido social y han promovido el respeto y la defensa del territorio (Cantoyaco, Puerto Cai-cedo); otros siguen soñando con la posibilidad de que con un medio comunitario puedan aportar “a la construcción de su territorio” (Acoic, Ipiales).

Con la comunicación promueven en el territorio “La posibilidad de crear espacios para verse, oírse y aprender” y también “generar espacios pedagógicos para fortalecer las capacidades ciudadanas” (MeJoda, Cali).

Apropiándose de su territorio es que pueden “hacerse escuchar y contar sus relatos” (Carchansa, Sibundoy), generar procesos de memoria (En puja, Nuquí), “mostrar su caminar como pueblo, sus luchas y sus formas de contar” (La voz del viento, Corinto) y trascender fronteras (Full producciones, Medellín).

Los colectivos tienen que comunicar sus territorios, narrarse desde su relación con ellos, contar sus relatos como lo que son, historias de país para que el mundo las conozca y sepa que existen. Porque comunicar desde el territorio es “contar desde donde uno es, y cuando se cuenta desde donde uno es se inventan formatos

y géneros y modos de narrar” (Rincón, 2009, Pág. 170) que dan sentido a la comunicación y reconocimiento y significado al territorio y al colectivo desde el que se comunica.

Así narran y dan a conocer los relatos de país que crean esas otras ciudadanías que muchas veces no son visibilizadas y otras tantas ni siquiera escuchamos.

Comunicación y ciudadanías

La comunicación juega un papel fundamental en la construcción de ciudadanía, en la convivencia y el conflicto que le son inherentes, es el pegamento, o el disolvente, de la consistencia de la res pública, de lo común, en la defensa de los valores y en el respeto de las diferencias, en la política de los acuerdos y desacuerdos que conforman la vida en sociedad (Chaves, 2018). Todo eso es más visible si cabe en colectivos de comunicación popular anclados al territorio y a sus habitantes.

Los colectivos “saben” que en el fondo inciden en sus escuchantes, que su labor crea comunidad, construye sociedad, transforma imaginarios y metamorfosea realidades porque desde la comunicación que practican median en la gente al intentar que sean conscientes de que lo que importa es la dignidad, el respeto y el reconocimiento de las otras y los otros con sus diferencias

Para los colectivos de comunicación, la incidencia no es un tema tan relevante. Su perspectiva es social y valoran, por encima de todo, la participación y la apropiación de los procesos e instrumentos. No para ser sus dueños, sino para ser sus usuarios reconocidos y con capacidad de decir.

Con su comunicación construyen sentidos, en una doble vía: se conforman como sujetos políticos y le dan sentido a su papel como seres comunicativos sentipensantes. Además, a través de la comunicación se apropian de los significados y se sienten arte y parte de sus propias vidas y sus territorios.

La comunicación que realizan las gentes que conforman los colectivos de comunicación, ya sea a través de la radio, de videos, de perifoneo o del periódico, es artesana porque es, en el fondo, un “oficio” de artesanas y artesanos.

Independientemente del medio, pregoneiros, “perifoneadores”, “cuñeros”, juglares, teatros ambulantes, telenovelas o señales de humo, del transporte o del alcance, lo fundamental es comprender la comunicación como un proceso que nos relaciona y su contenido que nos significa e identifica, relacionándonos como seres comunicacionales que somos (Pasquali, 2007).

Frente a las expresiones de univocidad y poder omnímodo de los medios masivos que buscan imponer y eternizar sus “informaciones”, se abren las voces y las palabras diversas y poli... de “proyectos de sociedad variopintos con el común denominador de la justicia y la vida en armonía” (Contreras, 2016, Pág. 23). Eso son los colectivos de comunicación, proyectos para caminar con la palabra en la construcción de sus propias sociedades.

La verdadera metamorfosis está en entender y aceptar la diversidad del mundo y de los seres que lo habitan y permitir la libertad de elección en la manera de comunicarse y buscar su propio desarrollo.

Se trata de problematizar el cambio social para buscar una metamorfosis que cuestione los imaginarios contruidos por el poder y genere

otras realidades más incluyentes; en las que la escucha sea la base de la comunicación participativa, que es con la que se construye ciudadanía.

Algunas reflexiones para el debate

Se debe reconocer el valor que tiene que desde las instituciones académicas (universidades) y desde las administraciones públicas (ministerios) se aborden las situaciones de los colectivos de comunicación y sus ciudadanas y ciudadanos. Ambas, pero sobre todo las primeras con sus investigaciones, tienen que ponerse a la tarea de escuchar a esos grupos sociales y sus saberes por transmitir. En el caso colombiano más aún dada la situación política y social en la que vivimos. Es hora de “escapar de las disciplinas de la escucha de lo que ahí suena, habla, grita, insulta, blasfema, al mismo tiempo que inaugura, inventa, oxigena, libera, emancipa, crea. Estamos exigidos de una nueva manera de pensar e investigar que, en medio de

la globalización que acosa a las culturas, nos exige ‘reconstruir los sentidos locales’ y, especialmente, los de las prácticas y las dimensiones más mundializadas de la vida social” (Martín Barbero, 2018, Pág. 17).

Entre esas prácticas y dimensiones ocupan un lugar destacado las actividades de los colectivos de comunicación, que entienden, expresan y comparten las particularidades, las identidades y las culturas de sus territorios.

Hay que reconocer, sin caer en el irrespeto, que no todas las labores llevadas a cabo por colectivos comunicacionales son comunicación participativa. Con argumentos y razones se tiene que explicar que no todas las formas de actuar construyen comunidad; que no todos los modos de comunicar gráficamente o con productos radiofónicos son resultado del nosotros, o que no todas las maneras de conocer son saberes compartidos (Contreras, 2017).

Tenemos que aprender y discriminar las actividades comunicativas de los colectivos, no solo para entenderlas y valorarlas, sino también para

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



promover aquellas que sean verdaderas acciones para las metamorfosis sociales de nuestras sociedades ancladas en imaginarios que necesitan ser reinventados.

En los colectivos es fundamental que se dé tanto la participación de sus componentes en la comunicación que producen y emiten como el acceso para recibirla eficaz y eficientemente. Porque no es sano que la preponderancia de una aparque a la otra, hay que buscar que, como certeramente afirmaba Pasquali, haya un sano equilibrio entre ambas, pues “la salud cultural y comunicacional de una sociedad y de la entera humanidad puede también medirse en términos de complementariedad y sano equilibrio entre la pluralidad y calidad de la mensajería a la que tiene acceso y su cuota-parte de participación en la generación y emisión de mensajes” (2007, Pág. 73).

No podemos ser sin el otro (la otra, las otras y los otros), por lo que tenemos que poner en marcha prácticas comunicativas que no olviden los principios éticos de la solidaridad, el respeto y la comprensión para un futuro educado (Morin, 1999) y proponer teorías de retaguardia para promover la metamorfosis social necesaria. Esas teorías retaguardistas serían aquellas que están formadas por ideas como son: “artesanía en lugar de arquitectura, testimonio comprometido en lugar de liderazgo clarividente, aproximación intercultural a lo que es nuevo para unos y muy antiguo para otros” (Santos, 2017, Pág. 109).

Los colectivos de comunicación cumplen en gran parte con esa necesidad de orientar las prácticas de la comunicación colectiva “hacia el descubrimiento y la instrumentación de nuevas formas y estrategias de comunicación alterativa” (Esteinou, 1986, Pág. 87)

En la lucha por hacer entender que informar no es comunicar, que aquella tiene que ver más con un producto y esta con un proceso, en el camino hacia la utopía comunicacional que muchas y muchos venimos persiguiendo, y de cuya lucha para alcanzarla forman parte estos colectivos de comunicación, tenemos que alcanzar la “conciencia común”, esa comunión comunitaria a la que se llega a través del proceso de cooperación mental de una persona con otra que es la comunicación (Kaplún, 1999).

Es importante construir con estos colectivos de comunicación para que se sigan siendo espacios para la metamorfosis social, dado que desde las ciudadanías activas, desde la apropiación de lo público es que se puede cambiar el mundo. Y estos grupos comunicativos son realmente medios públicos, en el sentido de “no intermediarios de los intereses privados sino mediadores de las demandas sociales colectivas, de los derechos de las diversas comunidades culturales y de los nuevos lenguajes y narrativas (Martín Barbero, 2009, Pág. 34).

Prácticas comunicativas para otro mundo posible (y mejor), una comunicación con, por y para los demás que permita que emerjan los sujetos sociales (Prieto, 2016); reencuentro con la comunicación para salir del “desarrollo” impuesto por los poderes ajenos (Torrico, 2013); asumiendo la necesidad de “reconocer, metamorfosear y comunicar” (parafraseando a Uranga, 2016) y reivindicar las tan deseadas subversiones de las epistemologías del Sur (Santos, 2011).

Como recomendación final, sería bueno que hubiera una devolución de lo planteado a partir del trabajo llevado a cabo para que se debatiera con los colectivos la propuesta por comprender

la comunicación y su plus por encima de la información. Una apuesta educativa, y por lo tanto política (Freire), que deben guiar el camino de la metamorfosis social y en la que se pueda leer que la información supone una relación humana más imperfecta que la comunicación, ya que genera

una mayor verticalidad restándole a la igualdad; que es menos recíproca y más competitiva; que tiene más de imperativa que de indicativa, por lo que transmite más órdenes e impide el diálogo, y que propaga más propaganda que conocimiento (Pasquali, 2007).

Bibliografía

- Chaparro, M. (2015).** *Claves para repensar los medios y el mundo que habitamos. Las distopías del desarrollo.* Bogotá: desde abajo.
- Chaves, J.I. (2018).** *Ciudadanías: entre bits, tips y carencias*, en Chaves, J.I. (coord.) Comunicación y ciudadanías. Bogotá: desde abajo.
- Contreras, A. (2017).** *Jiwasá. Comunicación participativa para la convivencia.* Quito: FES Comunicación.
- Esteinou, J. (1986).** *La utopía de la comunicación alternativa en el aparato dominante de la cultura de masas.* En Simpson, M. (ed.) Comunicación alternativa y cambio social: América Latina. México: Premià
- Galeano, E. (1997).** *La comunicación desigual.* En Política y Cultura, núm. 8, primavera, 1997, Pág. 139-146. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.
- Kaplún, M. (1999).** *Pedagogía de la comunicación.* Madrid: De la Torre.
- Llanos Hernández, L. (2010).** *El concepto del territorio y la investigación en las ciencias sociales*, en Agricultura, sociedad y desarrollo, 7(3), 207-220. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722010000300001&lng=es&tlng=es.
- MacBride, S. et al. (1987).** *Un solo mundo, voces múltiples.* Comunicación e información en nuestro tiempo. México: FCE.
- Martín Barbero, J. (2018).** *Ciudadanías contemporáneas en la escena latinoamericana*, en Chaves, J.I. (coord.) Comunicación y ciudadanías, Bogotá: desde abajo.
- Martín Barbero, J. (2009).** *Una agenda de país en comunicación*, en Martín Barbero, J. (coord.) Entre saberes desechables y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación. Bogotá: C3FES.
- Morin, E. (1999).** *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro.* París, Unesco.
- Pasquali, A. (2007).** *Comprender la comunicación.* Barcelona: Gedisa.
- Prieto, D. (2015).** *Elogio de la pedagogía universitaria.* Mendoza, Argentina, Universidad Nacional de Cuyo.
- Rincón, O. (2009).** *Haciéndonos cargo de lo que nos toca*, en Martín Barbero, J. (coord.) Entre saberes desechables y saberes indispensables. Agendas de país desde la comunicación. Bogotá: C3FES.
- Santos, B. de S. (2018).** *Introducción a las epistemologías del Sur*, en Meneses, Ma. P. y Bidaseca, K. Epistemologías del Sur. Buenos Aires y Coimbra: Clacso y Centro Estudios Sociais.
- Santos, B. de S. (2017).** *Más allá de la imaginación política y de la teoría crítica eurocéntricas.* En Revista Crítica de Ciências Sociais [Online], 114 | 2017, URL : <http://journals.openedition.org/rccs/6784> ; DOI : 10.4000/rccs.6784
- Torrico, E. (2013).** *Una comunicación para salir del desarrollo*, en Quórum Académico, vol. 10, nº 2, julio-diciembre. Maracaibo, Universidad del Zulia.
- Unesco (2015).** *Community Radio Sustainability.* Policies and Funding. París, Unesco.
- Uranga, W. (2016).** *Conocer, transformar, comunicar.* Buenos Aires, Patria Grande.
- Wolton, D. (2011).** *Informar no es comunicar. Contra la ideología tecnológica.* Barcelona: Gedisa.

Los colectivos de comunicación en Colombia: estrategias para la construcción de territorio y cultura

Por: Javier Espitia Viasús |

“Un hombre del pueblo de Neguá, en la costa de Colombia, pudo subir al alto cielo. A la vuelta contó. Dijo que había contemplado desde arriba, la vida humana. Y dijo que somos un mar de fueguitos. -El mundo es eso -reveló- un montón de gente, un mar de fueguitos.

Cada persona brilla con luz propia entre todas las demás.

No hay dos fuegos iguales.
Hay fuegos grandes y fuegos chicos y fuegos de todos los colores.
Hay gente de fuego sereno, que ni se entera del viento,
y gente de fuego loco que llena el aire de chispas.
Algunos fuegos, fuegos bobos, no alumbran ni queman;
pero otros arden la vida con tanta pasión que no se puede mirarlos sin parpadear,
y quien se acerca se enciende”

“*El Mundo*”
Eduardo Galeano
(*El Libro de los Abrazos*)

1. Una breve y necesaria presentación

A ese espacio en el que el autor plantea desde dónde habla o escribe, se le ha llamado académicamente “el lugar de enunciación”. Aunque era

un título ciertamente rimbombante, siempre me resulta interesante leer ese apartado, ya que me permite – como lector- comprenderle mejor a ese autor, su trayectoria, motivaciones de escritura, o el interés por el tema en cuestión.



Asociación de radiodifusión comunitaria Vokaribe |

Pues bien, aquí va la historia. Surgí como comunicador comunitario en Boyacá, cuando desde niño, empecé la tarea de emitir radio por los altoparlantes del barrio y del colegio en el que crecí. De a pocos, me fui formando como gestor comunitario, de la mano de las organizaciones barriales, y de algunas ONG con quienes me vinculé en proyectos de desarrollo comunitario.

Por el gusto por la comunicación y la cultura, me vinculé con experiencias de comunicación popular, (como SIEMBRA, revista cultural boyacense), y desde allí promovimos, entre otras cosas, la organización campesina por la infancia; desembocamos, (el equipo de trabajo y yo), en el fortalecimiento de las radios comunitarias de Boyacá. Hicimos radio escolar, radio infantil, y radio ambiental.

Fue cuestión de tiempo la vinculación con diversas redes y procesos de comunicación comunitaria, ciudadana y alternativa, y dentro de las que resultaron muy significativos, fue la

articulación con los actores y dinámicas impulsadas desde propuestas institucionales como el Proyecto de Comunicación para la Infancia, PCIN (en ese entonces promovido desde el Ministerio de Comunicaciones), y la Unidad de Radio, de la Dirección de Comunicaciones, del Ministerio de Cultura.

Fueron destacadas para mí estas dos instituciones porque, desde aquella época, basaban su quehacer en el contacto con las regiones colombianas, es decir con la diversidad de culturas, narrativas y territorios. Hoy, luego de muchos otros recorridos, casi veinte años después, escribo estas letras desde ese balance de recuerdos en los que los colectivos de comunicación han sido, y siguen siendo, actores claves para el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades en donde surgieron.

Ello significa que, en este sentido, mi lugar de enunciación es el de alguien que surgió de un colectivo de estos mismos, y de alguien que

ha trabajado con ellos, y que los ha visto crecer a lo largo y ancho de Colombia, con sus pros y contras normales, como actores de la construcción social.

Es un texto escrito en clave de esperanza, lo que no significa con licencias de ingenuidad. Más bien, es un contar de hechos e interacciones con múltiples experiencias y procesos de comunicación en las regiones colombianas, siempre desde la riqueza del diálogo auténtico, a través del cual nos conocimos con sus líderes y participantes. De allí se derivaron afectos, vínculos, así como dificultades y aprendizajes que, al final, han aportado a decantar los elementos necesarios para cualificar estos procesos de comunicación y cambio social en el país.

El texto se subdivide en tres partes después de esta presentación. Inicialmente describo algunas maneras de concebir los colectivos de comunicación, quiénes los conforman, qué buscan y cómo trabajan. En segundo lugar analizo sus incidencias, lo que se ejemplifica desde los colectivos que visitó la Dirección de Comunicaciones en diversas regiones, así como desde ciertos estudios académicos relevantes; y tercero, propongo por qué estas iniciativas deben ser reconocidas como verdadera comunicación estratégica, que logra transformaciones de subjetividades, culturas y territorios.

Quiero terminar esta presentación comentando que los colectivos de comunicación: de jóvenes, campesinos, afros o indígenas, son un claro ejemplo del cuento expuesto al inicio de este texto. Es, como dice el autor hacia el final del relato: *“gente de fuego loco que llena el aire de chispas (...) arden la vida con tanta pasión, que no se puede mirarlos sin parpadear, y quien se acerca se enciende”*. (Galeano, 1989)

Sin más demora, adentrémonos en este interesante tema.

2. Los colectivos de comunicación en Colombia

Ciertamente esta forma de juntarse un grupo de personas alrededor de un propósito común resulta tan antigua como el tejido social mismo. Los colectivos de comunicación, sin embargo, han estado históricamente anclados a movimientos sociales por los derechos humanos, de las mujeres, de los trabajadores, de los jóvenes, de los pueblos étnicos, o del derecho mismo a la comunicación.

Una de las mayores coincidencias iniciales de estos colectivos fue la de compartir el propósito de producir sus propios contenidos (en radio, video, fotografía, prensa, y luego internet), razón que los llevó a vincularse a los medios ciudadanos y comunitarios, como parte de los equipos de producción.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Es el caso de los colectivos de comunicación surgidos en emisoras comunitarias como “Voz Juvenil” en Radio Andaquí, en Belén de los Andaquies (Caquetá), “La Cometa” en San Gil (Santander), el colectivo “De Ruana” en Tibasosa (Boyacá), el colectivo “La Esquina” en Medellín (Antioquia), “Vokaribe” en Barranquilla (Atlántico), “Conexión Cantarranas” en San Vicente de Chucurí (Santander), o “Pescado, Sobrero y Tambó” en Simití (Bolívar), entre muchísimos otros ejemplos que se podría citar a lo largo y ancho del país.

En mi caso, en la ciudad de Sogamoso, Boyacá, surgí desde iniciativas de radio barrial por altoparlantes (barrio Magdalena), que fueron evolucionando a radio escolar, y que luego llegaron a la creación del programa radial regional “Ambiente Consentido”, realizado desde la Fundación Convite Cultural, la Asociación Protectora de Animales de Duitama, y el Cabildo Verde del municipio del Socorro (Santander), emitido por veinte emisoras comunitarias cercanas al cañón del Chicamocha entre Santander y Boyacá.

La necesidad de producir estos contenidos propios, la defensa de derechos y de construir memoria, se alineó con el espíritu de participación que promovió la constitución de 1.991, a partir de la cual surgieron medios comunitarios, y de carácter público, de radio, televisión e internet.

Pero eso no era todo. Las academias y las instituciones mismas, fueron comprendiendo la utilidad de la existencia de colectivos de comunicación que apropiaran diversos contenidos y que se trabajasen participativamente en los contextos locales, como fue el caso de colectivos surgidos desde iniciativas institucionales que trataron temas de Salud Sexual y Reproductiva de los jóvenes en diferentes zonas del país, o de los creados a propósito del proyecto Radios ciudadanas: Espacios para la Democracia, que fomentó franjas locales y regionales de análisis y opinión.

Mientras que antes de la constitución del 91 los colectivos de comunicación en el país eran tal vez tan pocos que no superarían una veintena, hoy se conoce la existencia de más de cien (100) colectivos de comunicación, participantes en eventos académicos e institucionales; además, al hacer la búsqueda en internet, arroja 85 millones cuatrocientos mil resultados (85,400,000) de documentos que tratan el tema, ¡solo en español!

Esto demuestra que se trata de un fenómeno social en crecimiento y de interés comunitario, político y cultural.

Orley Durán (2012), un comunicador social surgido en colectivos de teatro y de radio comunitaria en Santander, ha sido uno de los primeros interesados en Colombia por documentar este fenómeno de los colectivos de comunicación, de tal manera que su trabajo de tesis de maestría tuvo como propósito principal: *“comprender las*

prácticas de gestión y organización interna de los colectivos de comunicación de la región del Magdalena Medio, y su incidencia en la consolidación de proyectos de comunicación para el cambio social” (Pág. 6).

Son muy interesantes sus resultados sobre: a) gestión interna de los colectivos, b) sostenibilidad y c) estéticas y contenidos de sus producciones. Sobre algunos de ellos hablaré más adelante.

Existen procesos de organización en/desde colectivos de comunicación en todo el país, de radios escolares en el eje cafetero, de producción y apropiación de medios en Antioquia, de incidencia política en el Valle del Cauca, de comunicación, medio ambiente y memoria en el Chocó, Huila y Cauca, de fotografía y audiovisual en Bogotá, entre otros más.

Por sus niveles de consolidación, vale la pena destacar también los colectivos juveniles ubicados en Antioquia, como Ciudad Comuna, Pasolini en Medellín, y Con-vivamos, entre otros. En su publicación (Acosta & Garcés, 2013), mencionan que los colectivos son entendidos como sujetos “por sus modos característicos de agrupación juvenil que les permiten desarrollar, desde la gestión estratégica de procesos de comunicación y de vinculación política con el territorio, las condiciones de posibilidad para constituirse como sujetos colectivos, sujetos sociales y políticos que logran generar acciones en el marco de diversos proyectos que abogan por la emancipación y el cambio social” (Pág. 35).

Mención especial requieren los colectivos rurales e indígenas, entre otras cosas, por el gran esfuerzo que han debido hacer para superar brechas geográficas, el desorden público, y/o las barreras tecnológicas, políticas y culturales que muchas veces los han excluido. Existen ya departamentos como Nariño, Boyacá, Cundinamarca,

Antioquia y Cauca, por mencionar algunos, en donde se han realizado esfuerzos importantes por aprovechar la comunicación en la generación de contenidos sobre agricultura urbana, mercados orgánicos, semillas propias, cuidado de los páramos, planificación territorial, entre otros.

En la web se encuentran iniciativas interesantes por ejemplo de la Red Nacional de Agricultura Familiar, RENAF, (con su campaña llevo el campo colombiano) y de Acción Cultural Popular, ACPO, (que además de su red de reporteros rurales, registra la experiencia de los “Colectivos de Comunicación de Alta Montaña”, implementados en 13 municipios de Cundinamarca).

En cuanto a experiencias de colectivos de comunicación étnica, sobresalen iniciativas en el Cauca, por ejemplo, de los pueblos NASA y de los MISAK, tanto en radio como en video. Privilegian temas relacionados con la identidad, la cultura propia, la lucha por la tierra y la unidad como pueblos étnicos, entre otros. Vienen fortaleciendo la Asociación de Medios de Comunicación Indígenas de Colombia Red –AMCIC- y existen ya diversas producciones con contenidos propios y de integración intercultural.

El programa de Comunicaciones del Consejo Regional Indígena del Cauca-CRIC, contempla una estrategia de comunicación con cuatro ejes fundamentales: Proyecto Radio Indígena (8 emisoras indígenas), Impresos (Periódico Unidad Álvaro Ulcué), Audiovisuales y página web, que complementan los modos y medios de comunicación, entendiendo los primeros como: lengua materna, mitologías, cuentos leyendas, expresiones artesanales, mingas, tejidos, medicina tradicional, comunicación cosmogónica, sitios sagrados, etc. Como parte de una comunicación constante y estratégica para la pervivencia. Los medios de comunicación, por el contrario, son

instrumentos técnicos que han apropiado como canales de información.

No intento reflejar aquí una contabilidad de los colectivos existentes, ni tampoco agotar la variopinta composición de los mismos. Es solo un breve acercamiento a su origen y desarrollo.

3. Incidencias de los colectivos

Como ya se ha venido notando, las motivaciones o intereses para la acción de los colectivos de comunicación son similares, pero no homogéneos. Desde el trabajo de campo realizado por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, en 20 colectivos de comunicación, se observan ciertas líneas comunes en sus propósitos o búsquedas. Seguro hay más entrecruces, pero para efectos analíticos resulta útil la siguiente caracterización:

La **incidencia política, democratización de la sociedad y/o la construcción de ciudadanías** son los principales motivos que movilizan a colectivos como MEJODA (Cali), Vokaribe (Barranquilla), Red de Emisoras Escolares (Caldas), La Esquina Radio (Medellín), Colectivo de Comunicación del Hatillo (El Paso), El colectivo “EN PUJA” (Nuquí) y el Proyecto En Comunidad (de AREDMAG-ISAGEN, en el Magdalena Medio).

Mediación comunicativa, construcción de Paz y convivencia, entre los actores de sus territorios, es la tarea que se han trazado los colectivos: Agencia de Comunicaciones del Pacífico, ACOPI, La Red de Emisoras comunitarias de Putumayo “Cantoyaco”, el Proyecto Ojo al Sancocho (de Ciudad Bolívar en Bogotá), Escuela Audiovisual Infantil, de Belén de los Andaquíes (Caquetá), y el Colectivo Montes de María Línea 21 (Carmen de Bolívar)

El **fortalecimiento de la identidad, la memoria, cultura y defensa de su territorio**, es por supuesto el principal esfuerzo en los colectivos étnicos: Kuchá Soto (San Basilio de Palenque), ACOIC - Alianza de comunicadores indígenas de Colombia (Ipiates), y La voz del viento-Tejido de comunicaciones Wejxia Kasenxi / Radio Nacion Nasa Stereo 93.9FM (Corinto)

Todos además, o la gran mayoría de ellos, se están esforzando por proponer lenguajes o narrativas propias, (desde/con las comunidades), con altos estándares de calidad, que les han posibilitado producciones o premios destacados como es el caso de “Telegordo”, de la Escuela Audiovisual de Belén de los Andaquíes, “Una lucha por la vida”, del Colectivo de Comunicaciones Montes de María, Línea 21, y otras de Vokaribe, Suba al Aire, Ojo al Sancocho, Pasolini en Medellín, entre otras.

Como se puede apreciar, todos han buscado la transformación de la sociedad, de una manera u otra. Incidir en las subjetividades, en las comunidades, en la cultura, en las políticas públicas, y que al final, la vida sea mejor: para la niñez, la juventud, los campesinos, las identidades minoritarias.

Son esfuerzos por tejer, desde la comunicación, posibilidades de cambio, que ya hoy no son retórica o ficción. Cientos o tal vez miles de personas se han vinculado a estos colectivos, y han encontrado oportunidades para ser, para crear, para volver a crear (en la solidaridad, por ejemplo, en la participación, en las personas), para ir construyendo producciones mediáticas y procesos sociales que son capaces de poner a reflexionar y a conversar a las familias, a los profesores, campesinos, mujeres, tomadores de decisiones, a todos, generando un claro enriquecimiento del espacio público local.

Aspectos comunes en estos procesos, son también la participación, la búsqueda de articulación entre actores sociales, el trabajo en equipo, y un enorme esfuerzo por la financiación, los cuales, si bien toman matices según las culturas regionales y/o el estilo organizacional, son derroteros claros que les orientan su accionar.

Se sale de las posibilidades de este texto, plantear evaluaciones sistemáticas que analicen los resultados, incidencias, logros o impactos generados desde los colectivos de comunicación visitados, sin embargo, resulta útil, ojalá, referenciarles algunos esfuerzos de compañeras y compañeros que se vienen preguntando por las maneras de identificar los alcances, resultados e impactos de su trabajo en los colectivos.

Me refiero a reflexiones sobre impactos de los colectivos de comunicación desde dos perspectivas: a) De los estudios de los colectivos juveniles (Acosta & Garcés, 2013); y b) desde la propuesta de Orley Durán (2012) desde la perspectiva de la gestión de los colectivos.

Los impactos en dos colectivos de comunicación Juvenil de Medellín

En el primer caso, se ha venido haciendo un trabajo sostenido en Antioquia para fortalecer los colectivos de comunicación juvenil como sujetos claves en la construcción de la sociedad, y ello de la mano de construir conocimiento en torno al tema, (se han hecho sistematizaciones, investigaciones, eventos entre la academia y los colectivos mismos). En Acosta y Garcés, (2013), en el capítulo 5 se hace una caracterización de impactos en los procesos de comunicación para la movilización y el cambio social de los colectivos Pasolini en Medellín y Ciudad Comuna, de la ciudad de Medellín.

Desde Pasolini, las incidencias se narran en tres ejes de: a) subjetividades y territorialidades, b) Formación y reflexión: Del individuo a la organización, y c) Exhibiciones y muestras. Veamos a que se refieren:

a) subjetividades y territorialidades: Resaltan que la metodología y pedagogía con la que procede este colectivo para el uso de las técnicas y el lenguaje audiovisual, influye en el mundo de la vida de los jóvenes marginados. Colocan como ejemplo de esto a “Wilson”, quien continuó trabajando en el barrio con sus amigos raperos mientras estudiaba en la Universidad Rémington para Auxiliar de Contabilidad Sistematizada, logró graduarse pero no quiso continuar en ese campo, aun teniendo trabajo. Citan sus palabras:

“ No quise porque me alejaba del Hip-Hop, yo me dije, no, yo no me voy a involucrar con eso, porque es dejar la música aparte, voy a seguir con el Hip-Hop, apostándole a otra cosa y buscar otra carrera” (Entrevista a Wilson Palacios). En ese año, 2010, hizo su primer demo musical que se llamó “Realidad mezclada con Imaginación” (Pág.143).

Afirman en este sentido, que el impacto de Pasolini es de orden territorial y narrativo con la etnografía como instrumento para el reconocimiento sistemático de los entornos, que potencia, en los sujetos, capacidades de expresión para entender y conocer el mundo por medio de imágenes y sonidos.

b) Formación y reflexión. Del individuo a la organización: El colectivo enfatiza en fortalecer las habilidades locales, en manejo de herramientas técnicas como la fotografía, cine, vídeo y la dramaturgia, a través de una metodología etnográfica. En el siguiente relato se observa cómo estas habilidades, que parecieran técnicas,



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

en realidad, tocan “el ser”. Es un ejercicio de escritura etnográfica, que deja ver la formación como escenario didáctico a la hora de recorrer los territorios:

“ Cerrar los ojos, conocer mi cuerpo, el lugar donde vivo, ver mi barrio, desplazarme por los sectores, subir al rompoing y ver tantos carros, mecánicos, bicicletas, ventas de todo un poco y bajar a la cancha de polvo, estoy en límites con Santa Rita y Bello. Seguí un recorrido hasta llegar a la Divina Providencia, y veo los cambios que se le han hecho al barrio, y recuerdo cómo se construyó” (Entrevista a Elsy Galeano) (Pág. 144).

Plantean que se enfatiza en la riqueza que ofrece la memoria como estrategia para reconstruir o imaginar, desde el presente, un pasado al que recurrentemente los sujetos se obligan a renunciar. Se logra sensibilizar el recuerdo y la percepción del territorio, y se incentiva la

escritura como una manera de ejercitar su labor como etnógrafos.

Dicen, además, que la participación en estos procesos motiva, enseña y genera una práctica saludable: la experimentación artística:

“ Antes de entrar a hacer parte del Colectivo Visión Urbana yo era ama de casa; estaba recién llegada al barrio. Comencé los cursos de fotografía con Duván Londoño en el año 2009. A mí siempre me ha gustado todo lo que tenga que ver con cámaras. Me pareció muy bueno todo esto de los videos y tuve un poco más de conocimiento sobre la fotografía, porque siempre he sido muy aficionada, así como que nos reuníamos con Elsy, la familia, todos a molestar con fotos, pero nada así que tuviéramos una idea de cómo tomar una foto bien. En el año 2010 me di cuenta de una convocatoria sobre fotografía en el SENA, entonces quería saber más, o ser más profesional en eso. Pasé la convocatoria,

estudié todo el curso hasta que me gradué, a pesar de que estuve a punto de salirme, porque tuve muchos inconvenientes ese año, igual quedé muy contenta con todo lo que aprendí” (Pág.144).

Cuentan los compañeros que hace un par de años Milvia participó en una convocatoria de la Alcaldía de Medellín, en la cual realizó un cortometraje en la técnica de Stop-Motion llamado “El huevo huevón” en el que se ve a un huevo saliendo de un bar, borracho, que luego se monta en su carro, y se estrella; todo en imágenes y música, hasta que sale un letrero que dice: “No seas güevón”, su corto no ganó, pero ella cuenta que apreciaron mucho su trabajo y la felicitaron” (Pág. 145).

c) Exhibiciones y Muestras:

Las socializaciones de sus producciones se realizan en plazoletas, en salones comunales, universidades, festivales, pero ante todo las comunas, los barrios, son los escenarios privilegiados. Las exhibiciones son circuitos de devolución a la comunidad del resultado de todo el proceso de investigación y producción.

Cuentan los colegas de Pasolini, que en uno de sus primeros trabajos en el barrio “El Popular”, les ocurrió una historia que quiero transcribir por impactante y ejemplificante:

“Luego de finalizados los cortos y sus proyecciones públicas, todos sus familiares se reunieron en la casa de alguno de ellos a ver la película que trataba sobre la muerte de su madre, ligada a un fenómeno artístico de B-boys, y todos se sintieron tremendamente conmovidos. Terminada la postproducción se dan a

conocer los resultados del proyecto investigativo y el trabajo de los jóvenes y señoras participantes del taller. Se realizaron varios foros en los que se visualizaron las películas y se habló del proceso de investigación, y al final de la proyección las personas celebraron lo que vieron, las historias narradas, a los participantes del proceso (...) se aplaudió muchas veces porque se dejaba un mensaje claro sobre el conflicto, sobre la memoria que les estaba quedando a sus hijos con el pasar de los años, (...) y que exige que estos hechos no vuelvan a pasar, porque no se deben admitir ni impulsar” (Pág. 149).

Lo valioso de las exhibiciones, plantean, es el diálogo con el público y compartir impresiones del proceso. Lograr esa conversación es para ellos, una resistencia al acto cada vez más privado de consumir productos mediáticos por los dispositivos móviles y una ratificación de lo meta-metodológico del diálogo, como encuentro, como interlocución, una base para hacer la película y para verla: el diálogo como la mediación misma.

Valga la pena decir en este momento, que tal vez el gran valor que le otorgo a este libro coeditado entre las dos coordinadoras académicas y los colectivos de comunicación reside en que refleja un proceso de producción no solo basada en el investigar un objeto, sino en “pensarse, hacerse y aprenderse juntos”. Ya era hora de un trabajo colaborativo entre los saberes académicos y saberes otros, como en este caso, el saber social y comunicativo de los colectivos.

El segundo colectivo del que analizan en este trabajo la incidencia es: “Ciudad Comuna”, un proceso de la comuna 8 de Medellín. Los análisis de incidencia se hacen sobre cuatro (4) ejes: a) Impactos en los procesos de movilización social; b) En el tejido social comunitario, c) En la incidencia política, y d) En la apropiación del

territorio. Imposible abordarlos todos aquí, pero veamos al menos un ejemplo muy potente.

Se trata de la capacidad que tuvo esta organización para fortalecer el tejido social comunitario, para generar movilización social y para incidir políticamente, a propósito de la confrontación entre las comunidades de la comuna 8 y el proyecto “Cinturón verde” de la Alcaldía de Medellín en 2013 y 2014.

Ciudad Comuna se ha venido posicionando como una potente plataforma que apoya la movilización social de los procesos sociales comunitarios de la zona, con intenciones reivindicativas, o que busquen evidenciar y denunciar la ineficacia o la ausencia de políticas gubernamentales. A través de la comunicación, se convierten en el escenario para la socialización de las propuestas que tejen las comunidades para transformar sus condiciones de vida.

Ciudad Comuna ayuda a ordenar la agenda de la movilización, potencia y amplifica las voces de los actores comunitarios que asumen la vocería, convoca de manera amplia a todos los sectores sociales a unirse a los procesos de movilización, y construye las memorias de todas y cada una de las acciones y procesos que se dinamizan en la perspectiva de la movilización.

En los barrios del borde de la Comuna 8 de Medellín, con la implementación del Megaproyecto “Jardín Circunvalar” o “Cinturón Verde”, ocurrieron fuertes conflictos que llevaron a la movilización de las comunidades, centrada en la resistencia social pacífica de la comunidad al plan de reestructuración del ordenamiento para Medellín, a través del plan de ordenamiento territorial (POT).

Fueron significativos en este conflicto, los documentales realizados por el colectivo audiovisual de Ciudad Comuna: “El jardín de dudas”

y “La dignidad que emerge de las laderas”, así como las microhistorias “Relatos desde la frontera” que hablan de la construcción urbano-rural de los barrios del borde de la Comuna 8 de Medellín, así como el cortometraje: Agua-Cero (2014).

Dicen los autores que:

“Estas producciones, en su orden cronológico, tejieron un hilo conductor que les permite a las organizaciones de la Comuna Ocho de Medellín (principalmente Mesa Interbarrial por la Vivienda y los Servicios Públicos, Mesa de Víctimas, Mesa de Desplazados y Comités barriales de Apropiación del Territorio de los Barrios de la Comuna 8 -El Faro, Pinares de Oriente, Las Golondrinas, Villatina La Torre y Esfuerzos de Paz) darle a conocer a la ciudadanía en general cómo la institucionalidad, a través de la Empresa de Desarrollo Urbano -EDU- implementa megaproyectos sin hacer consultas previas a las comunidades, sin dar información clara a los habitantes del territorio sobre barrios y sectores que se destruyen para avances de las obras” (Pág. 164).

La incidencia de estos productos mediáticos y procesos de movilización, quedan al descubierto cuando se observa que las comunidades se pusieron de acuerdo en utilizar un mecanismo de participación ciudadana, (consulta popular), utilizan estratégicamente los medios de comunicación comunitaria de Ciudad Comuna para invitar a las comunidades a movilizarse, y usan estratégicamente los resultados de la consulta, desde el documental “La dignidad que emerge de las laderas” (2014) para impactar en la opinión pública con el reconocimiento de las voces de 3000 personas que participaron en la consulta y que expresaron con claridad que el 99.9 % de

los votantes ven como prioridad proyectos de mejoramiento integral de barrios y No las obras del Cinturón Verde.

Análisis de la relación incidencia y sostenibilidad de los colectivos de comunicación

Para Orley Durán, (2012), los colectivos de comunicación surgen desde el ámbito de la participación como una de las formas de organización social más utilizadas por distintos sectores sociales para ejercer un mayor control sobre los procesos de información y comunicación propios de sus contextos, fortalecer la capacidad para expresarse a sí mismos y propiciar su acceso a los medios de comunicación ciudadana para el cambio social.

Plantea que los colectivos de comunicación son, en esencia, una propuesta de estructura social que utilizan distintos sectores de la ciudadanía local para formalizar su participación en la producción de medios de comunicación comunitarios, donde sus miembros tienen como un único fin el apropiarse del proceso de comunicación. Para el autor, el colectivo de comunicación busca ejercer un derecho fundamental, de individuos y grupos sociales: el derecho a la información, a la expresión y a ser escuchado (Pág. 3).

Como líder de procesos de radio, he visto cómo Orley acompañó colectivos de radio (como Pescado, Sombrero y Tambó), en Simití, o el colectivo Conexión Cantarranas, en San Vicente de Chucurí, entre muchísimos más, y la relación que se va a encontrar entre la gestión interna y la incidencia de los colectivos, tiene que ver con la coherencia. No se puede lograr hacia afuera: hacia el contexto -al menos no sostenidamente-, aquello que es un vacío al interior del colectivo.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

El autor encuentra, un auténtico sentido de participación:

“ Los diferentes enfoques de participación asumidos por los colectivos permiten construir al interior de estas experiencias una serie de bases que apuntan a consolidar sus ejercicios de organización interna, su capacidad para generar opinión y debate en torno las lecturas críticas de la realidad y la capacidad de estos individuos para asumirse como sujetos sociales de derecho que expresan sus puntos de vista frente al entorno que les rodea.

En este sentido, los colectivos asumen la participación como un ejercicio de

libertad, autonomía y liderazgo que contribuye a la sostenibilidad de sus experiencias de producción y de continuidad como grupo y a la posibilidad de integrarse a las dinámicas municipales de planeación participativa que tienen que ver con el mejoramiento de las condiciones de vida de la infancia y la juventud.

La participación como ejercicio individual y colectivo implica asumir derechos y deberes, que al interior de los colectivos son concebidos como una oportunidad para que sus integrantes propongan nuevos contenidos y formatos y reinventen nuevas formas de hacer. Todo este saber que se va acumulando sobre cómo hacer radio

califica los ejercicios de producción (el derecho) a la vez que la producción de los programas se asume como un compromiso y una responsabilidad, condiciones necesarias para garantizar la continuidad del programa (el deber)” (Pág. 9).

El autor encuentra, que de diversas maneras es posible lograr resultados similares:

“ La claridad y consistencia de los esquemas organizativos de los colectivos en la implementación de sus procesos de producción (más abiertos, flexibles y horizontales en el colectivo Conexión Cantarranas y más cerrados, rígidos y verticales en el colectivo Pescado Sombrero y Tambó), permiten

garantizar el cumplimiento de los propósitos previstos en sus proyectos comunicativos. Todas las decisiones concernientes a las reglas de trabajo, las normas de convivencia presencial y virtual, los canales de comunicación que los dos colectivos utilizan para hacer efectivos los encuentros entre sus integrantes, se hacen de manera concertada desde las posibilidades que tiene cada miembro para participar (Pág. 10).

Y a partir de su investigación, ancla la relación entre sostenibilidad y legitimidad cuando dice que:

La sostenibilidad de estos colectivos no depende necesariamente de los niveles de audiencia que tienen sus programas radiales, sino de la capacidad que puedan adquirir para: a) legitimar sus apuestas comunicativas en la comunidad; b) participar como sujetos sociales en redes sociales que promueven su bienestar como jóvenes o niños; y c) abordar temas que estén estrechamente ligados a las vivencias y cotidianidad de sus públicos, identificados desde el proyecto comunicativo (niños y jóvenes) (Pág. 11).

La sostenibilidad integral podría ser entonces, el resultado natural de un proceso de relacionamiento fuerte entre el colectivo y las comunidades, y la incidencia, ese logro social o político que se obtiene a través de sus procesos creativos y de movilización.

4. Epílogo: ¿Será esta comunicación estratégica?

Los colectivos de comunicación trabajan un insumo común y diferente: La realidad. Es la misma y al tiempo distinta. Todos trabajan desde situaciones locales en las que otros, muchos otros, tal vez ya no estarían. Por violencias,

estigmatización, pobreza, o tal vez por “mejores oportunidades”.

Está comprobado que estos colectivos, todos los aquí nombrados, y muchos más, se han mantenido pese a grandes dificultades, han dado la batalla de la sobrevivencia y la han ganado; pero, sobre todo, han mantenido la esperanza arriba, ondulante, la propia y la de los demás.

Y se han convertido en referentes que los demás visitamos, adoptamos y adaptamos, ¡por sus logros! Permítanme enfatizar esto. Apostaron a ganar, y triunfaron: han incidido en políticas públicas, han transformado formas de pensar de personas en específico, y de comunidades enteras; con equipos muchas veces precarios, han diseñado productos creativos que sorprenden por sus narrativas y estéticas, y que ganan premios.

Como si fuera poco, han educado a miles de personas en pedagogía de convivencia y paz, respeto a los derechos humanos, seguridad y soberanía alimentaria, cuidado del medio ambiente, sexualidad responsable, entre muchos temas más.

Lo estratégico: es tan obvio que lo perdimos de vista: *Construcción colectiva de los territorios*. Sin que nos diéramos cuenta, se fue extraviando del hablar, del pensar, del hacer, ese sentido de lo público que nos convocaba en la diversidad, en la diferencia, a dialogar, a construir consensos en procesos de conversación pública: sobre el agua, la educación, el ambiente, la alimentación... tantos temas.

Prima la individualidad y el sentido del interés privado, sobre el público. El derecho a la propiedad sobre el derecho al trabajo, o el de seguridad por sobre el derecho a la vida misma.

Claro que es comunicación estratégica la que realizan los colectivos de comunicación, al menos

así lo entiendo yo. Ante todo, porque logran sus objetivos (y allí hay mucho que aprenderles), pero también porque le apuestan a algo que ha señalado la comunicadora argentina Sandra Masonni. Ella afirma que hay comunicación estratégica:

“ Cuando es un espacio de encuentro de los actores socioculturales. Cuando es un momento relacionante de la diversidad. porque es donde ocurre el cambio, la transformación cognitiva en los actores. Implica la participación en tanto acción transformadora común –con otros–, no simétrica y sin pretensiones de completitud” (Pág. 23).

En otras palabras, es una comunicación que no es arrogante, no es excluyente, pasiva, sino por el contrario, escucha, comparte, aprende, co-crea, es decir, crea colectivamente. Aplica la enacción como esa posibilidad de investigar o comprender el “entre” de las relaciones, es decir, esa capacidad de identificar que la realidad y los sujetos no “son” sino que “están siendo”, es decir que son susceptibles de cambio.

Solo resta agradecer a esos valientes, líderes de los colectivos, que, fuegos locos, nos han encendido a otros. ¡Sí, hay esperanza!

Bibliografía

- Galeano E. (1989).** *El libro de los Abrazos*. Editorial Siglo XXI, Montevideo.
- Garcés A. y Jiménez L. (2016).** *Comunicación Para la Movilización y el Cambio Social*. Universidad de Medellín. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Ediciones CIESPAL, Corporación para la Comunicación Ciudad Comuna, Corporación Pasolini en Medellín, y Corporación Con-vivamos Antioquia.
- Massoni, S. et al. (2017).** *Medir la comunicación desde lo vivo: Indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples* - 1a ed. - Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, 2017.
- Durán O. (2013).** *Los Colectivos de Comunicación Ciudadana: una apuesta local de participación comunitaria para el cambio social*. En: FESCOL. Perspectivas No 5.

Comprender la comunicación desde los territorios para reconocer su valor transformador

Por: María Fernanda Peña Sarmiento¹ |

Recorrer algunos de los territorios de Colombia que cuentan con colectivos de comunicación comunitaria lleva a comprender el poder que tiene la palabra y el concepto de comunicación. Desde el territorio se puede visualizar cómo un proceso tan cotidiano entre los seres humanos puede transformar los espacios que habitan y mejorar sus condiciones de vida.

Luego de conocer y visitar la experiencia de 20 colectivos de diversas regiones de Colombia y visibilizar lo que sus participantes y creadores entienden por comunicación, se hace necesario e importante contarlo para contagiarse del poder que tienen los procesos colectivos, en los que el compartir y tejer en común es el punto de partida para darle significado a esa palabra tan poderosa: la comunicación.

Cuando se habla de comunicación y transformación social se puede acudir a diferentes

teóricos, como Beltrán, Alfaro, Gumucio, Kaplún, Bordenave, Barranquero, Chaves, Cadavid, Charro, Villamayor, entre otros; ellos han ido aportando a la construcción de ese campo tan interesante y complejo a la vez, en tanto surge de diferentes miradas y experiencias que han ido guiando su piso epistemológico. No obstante, girar la mirada al territorio y empezar a comprenderlo desde la perspectiva de las personas que diariamente llevan a cabo procesos y prácticas comunicativas participativas hace más poderoso el territorio y enriquece el entendimiento de su dimensión.

Recorrer estos colectivos lleva a visibilizar que la posibilidad de construir conjuntamente desde la comunicación se hace muchas veces desde el sentir, desde la realidad dura e inequitativa, desde la desigualdad social, pero a la vez desde las ganas de querer cambiar, de querer construir otro

¹ Doctoranda en Comunicación. Magíster en Antropología. Especialista en gestión regional del desarrollo. Comunicadora social y periodista.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



tipo de escenarios donde las poblaciones se sientan más tranquilas, empoderadas y reconocidas. No sucede necesariamente desde los cánones y lecciones que se dan en la Academia, la cual muchas veces ni llega a estos territorios que están tan alejados de las principales urbes y cabeceras municipales del país.

Cuando se habla de comunicación y cambio social se parte de entender que se trata de un proceso que permite un intercambio de saberes donde prima el reconocimiento del otro u otra, donde se construyen sentidos compartidos que llevan a una búsqueda de mejores condiciones de vida que se sustenten en la importancia de escuchar, de construir relaciones de confianza, de entender el valor de la diferencia para así alcanzar mejores niveles de empatía, que lleven a procesos de convivencia más pacíficos y en paz.

Al escuchar a los miembros de los diferentes colectivos visitados, se pudo observar que estos confluyen en algunas miradas que tienen de la comunicación representadas en el siguiente esquema:



Gráfica 1. Qué entender por comunicación |

Es valioso ver que en los territorios la comunicación es la posibilidad de escucharse, de encontrarse, de reconocerse, pero sobre todo, de poderse contar y narrar tal como son, desde sus estéticas, desde sus miradas y desde sus formas y códigos.

Comunicarse para reconocerse, reconocerse para transformar

Es interesante subrayar que, para estos colectivos, la comunicación tiene el poder de influir en la construcción de procesos políticos que lleven a la transformación social y a la construcción

de ciudadanía. Dejan muy claro que se trata de un proceso de escucha y diálogo donde se construye conjuntamente, y es aquí donde se evidencia aquella definición que da José Ignacio Chaves (2017) en sus aportes teóricos sobre comunicación, entendiéndola como aquella donde:

Se sitúa al sujeto por encima de los medios y de cualquier sistema social o político. Teniendo acceso a los medios y apropiándose de ellos se puede ejercer la comunicación para la libertad y la igualdad reconociendo las diferencias y las otredades. La apropiación se da desde la participación, a partir de la cual se puede decir que la comunicación es horizontal y accesible y generadora de transformación (Chaves Gil, 2017, Pág. 28).

La comunicación es para los participantes de estos colectivos todo aquello que se puede compartir. El contar sus historias de vida, el quehacer de las organizaciones y las diferentes experiencias de las comunidades en sus territorios permite la construcción de colectividad y la oportunidad del tejer socialmente. Es en estas regiones donde se percibe el poder de lo colectivo como fuerza poderosa para llegar a cuidarse y hasta proteger su vida.

Es el ejercicio de movilizar una cultura, y cuando la moviliza lo que hace es crear sociedad, para que así la gente no se mate, mejor que conversen entre ellos. (Conversación personal con Alirio González, escuela audiovisual infantil Belén de los Andaquíes – Caquetá, 2019)

Los colectivos entienden la comunicación como un poder para cuidarse, más aún en estos momentos donde los territorios vuelven a vivir realidades complejas. Es la posibilidad de denunciar lo que está pasando en sus lugares y de visibilizar lo que son como pueblo.

Para nosotros, principalmente si hablamos de la necesidad que tenemos ahora de comunicarnos, es una herramienta

estratégica para proteger la vida... también es una herramienta política para denunciar, para visibilizar, pero también para darnos a conocer como pueblos porque sentimos que por los medios masivos somos muy estigmatizados [...] es la posibilidad de mostrar y contar otras realidades y cuidar la permanencia en el territorio y su cuidado. (Conversación personal, Dora Muñoz, colectivo La voz del viento, Corinto – Cauca, 2019)

Es importante ver cómo estas experiencias comunicativas llevan a entender la construcción de paz desde el valor de la diversidad. La importancia de escucharse y dialogar desde sus sentires permite creer en la posibilidad de territorios distintos donde la convivencia empieza a tener un protagonismo importante y el conflicto empieza a resolverse desde la posibilidad del diálogo y el compartir.

La comunicación es un proceso que debe transformar lo humano. Es decir, que no es lo técnico ni es los equipos. Por eso, dentro del trabajo que hace la red, lo hacemos con colectivos que no tienen radio porque lo que queremos es la transformación y la construcción de unas armonías que se pueden traducir en temas de construcción de paz para este territorio [...] la comunicación es un proceso de visibilización, de experiencias que incluso sin estar en un escenario de paz la gente ha venido construyendo paz desde muchos años... la red es el espacio de encuentro para poder también dialogar y poder sanar desde la escucha y el diálogo, y así poder avanzar. (Conversación personal, Liverman Rengifo, colectivo Cantoyaco, red de emisoras comunitarias del Putumayo, 2019).

El sentido de la comunicación está en lo comunitario, en reconocerse conjuntamente, y esto se entiende como la posibilidad de promover el diálogo social, si no se cumple con esto, pierde su sentido. Tal como lo afirma Mario Kaplún “lo que deseamos con nuestros mensajes es generar y estimular ese diálogo: que los sectores populares comiencen a hablar ellos mismos, a decir su propia palabra, a autoexpresarse” (2002, Pág. 27).

La comunicación conduce a la movilización social, al aporte, al cambio, a que despertar y formular nuevas preguntas que promueven la construcción y el descubrimiento de nuevos caminos para transitar conjuntamente. Es la posibilidad de entender que hay otras señales que hay que tener en cuenta para entender y ser entendido, y así construir comunidad.

La comunicación se da desde la escucha, desde el habla, incluso desde el cuerpo. Es precisamente el arte de simpatizar con el otro a partir de una imagen, a partir de un audio o hasta de una sensación, es la posibilidad de conectarse con el otro. (Conversación personal, Diana Girón, colectivo Mejoda – Cali, 2019)

Así lo afirma Rosa María Alfaro (2006) cuando dice que:

La comunicación, en esta perspectiva, es parte inmanente del proceso de desarrollo, inherente a todas las propuestas globales y a los proyectos más específicos, involucrando a los sujetos en la presión y gestión de su propio desarrollo. Alude al protagonismo de cada persona en la construcción, interpelando sus dimensiones más reflexivas. Y valoriza la acción conjunta, admitiendo así que la relación entre

las personas hace más significativa la intervención sobre la propia realidad. (Alfaro, 2006, Pág. 33).

Que los colectivos entiendan que sus iniciativas son espacios de encuentro que promueven condiciones de vida más justa dimensiona el poder transformador que tiene la comunicación.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Además, refleja las apuestas políticas y sociales que cada uno de estos grupos está teniendo en sus espacios geográficos a partir de sus narraciones y relatos para mostrar sus realidades y a la vez aportar a su cambio.

La comunicación es una parte fundamental que da pie a trabajar y a entender mejor lo que es el bien común, lo colectivo, porque la tarea está en lo colectivo, y es la comunicación la que da entender eso cuando es profunda... y para que sea profunda parte de entender al otro, a la otra, y encontrarse, porque si no se da el

encuentro, no se da la comunicación... la comunicación es el encuentro. (Conversación personal, Libardo Valdez, colectivo Cantoyaco, red de emisoras comunitarias del Putumayo 2019)

Por otro lado, para los colectivos indígenas la comunicación se convierte en la oportunidad de contar su territorio, ser firmes a su palabra y tener la posibilidad de expresarse desde ellos para relatar sus historias, prácticas y rituales. Diferentes a los periodistas o comunicadores profesionales, los comunicadores indígenas se concentran en contar sus culturas y tradiciones, que, como es de suponer, no se ven reflejadas en los grandes medios de información del país. La importancia de su trabajo y la necesidad de este es, precisamente, lo que los colectivos resaltan y reafirman.

Además, ellos subrayan la importancia de defender la “comunicación propia y apropiada”, entendida como la manifestación del sentir y compartir de los seres humanos con la naturaleza, así como del aprender a leer lo que la madre tierra comunica. Es la posibilidad de interrelación entre los pueblos y es la marca que los diferencia con los grandes medios; a partir de esta comunicación propia se pueden contar sus historias, costumbres, rituales y espiritualidad. Para ellos es el lenguaje del alma y la vivencia de un pueblo; es también la posibilidad de entender que hay otras formas y señales, por ejemplo, la posibilidad de conectarse y entender las señales de la Batsna mamá (madre tierra).

La comunicación es nuestra propia palabra, con la naturaleza, lo espiritual... la comunicación es poder expresar y dar a conocer lo nuestro... es un proceso para poder contar nuestro territorio y ser reconocidos. (Conversación personal con miembros del colectivo Acoic -Alianza de comunicadores indígenas de Colombia-, 2019)

Es tal la importancia de la comunicación para estos pueblos indígenas que cuentan con colectivos propios que han logrado tener una

importante influencia dentro de sus resguardos y cabildos. En consecuencia, se ha incluido la comunicación como un elemento fundamental dentro de los planes de vida que construyen conjuntamente, y se ha resaltado el papel transformador que estos pueden tener.

Una comunicación que construye

Es notorio que los procesos colectivos de comunicación hayan llevado a la construcción de sujetos más críticos y reflexivos sobre sus realidades. Varios miembros de estas iniciativas recalcan que la comunicación es poder, y es por eso por lo que hay que ser muy responsable con lo que se narra y relata, pero a la vez ellos coinciden en que ese poder permite construir y promover procesos más pacíficos en los territorios. Tal concepto se articula con el que propone Manuel Chaparro Escudero (2013) en sus reflexiones teóricas:

La verdadera comunicación debe ir dirigida a: descolonizar los imaginarios; pensar, debatir y hacer desde la ciudadanía; favorecer una economía de proximidad preocupada por satisfacer las necesidades de su entorno; evitar las prácticas culturales colonialistas y respetar la otredad; favorecer el decrecimiento para favorecer un reparto justo y equitativo de los recursos. (Chaparro, 2013, Pág. 10).

Los colectivos defienden el concepto de comunicación desde el sentido comunitario que tienen, y esto lo entienden como la posibilidad de llevar al diálogo social, si no se cumple esto, la comunicación pierde su razón de ser y existir. Desde ahí, desde esta mirada, la comunicación puede generar procesos de movilización social y construcción comunitaria, punto clave para quienes conforman estos espacios.

Así lo refuerza el colectivo Aredmag en uno de sus documentos institucionales (2015):

La función social de la comunicación y los medios en la construcción de ciudadanía es la de ser garantes de la participación y la construcción de democracia a partir del intercambio y confrontación de diversos puntos de vista, de poner en un lugar común los sectores visibles e invisibles para que dialoguen, para que resuelvan sus carencias y necesidades. Asimismo, la de construir acuerdos de manera pacífica, reconciliando el silencio con la palabra, la expresión de los sin voz, con quienes estos, la comunicación y los medios, tienen la responsabilidad política, social, cultural y económica de garantizar el acceso a bienes y servicios.

Se es ciudadano cuando se interactúa con otros actores sobre la base del respeto y el reconocimiento recíproco; desde allí se logran procesos de cambio social en función de la expansión de los derechos políticos y sociales de las personas.

La comunicación construye ese ejercicio de empoderamiento de los ciudadanos y ciudadanas que habitan los territorios donde se encuentran estas iniciativas, fortaleciendo la capacidad de narrar desde sus contextos para reconocerse y tomar decisiones teniendo en cuenta sus necesidades reales y sus lecturas propias y no partir de agentes externos que desconocen las realidades sociales de estos territorios.

Nunca nos hemos liberado de ese sueño de saber que hacemos la comunicación como un pretexto, porque ha podido ser la danza, el teatro, la música u otra área del conocimiento; pero fue la comunicación, porque la hemos soñado como una

comunicación diferente, una para el cambio social, que transforma vidas. Cuando puedes expresar tus reflexiones, tu propio pensamiento y otros lo acogen, dimensionan y lo ponen en la práctica cotidiana, haces de un ser humano un sujeto político y el sujeto político es un sujeto de comunicación, un sujeto de conocimiento que todo el tiempo produce saber. (Conversación personal, Soraya Bayuelo, colectivo de Comunicaciones Montes de María, 2019)

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



Entender la comunicación como un derecho ha llevado a estos colectivos a permitirse soñar con territorios distintos, en los que prime la participación ciudadana y el respeto por el otro, construyendo contextos que se conectan más desde la empatía y el sentir, eliminando prejuicios e historias incompletas que han hecho algunas veces mucho daño al tejido social de cada una de estas regiones. De esta manera se refleja en los miembros y participantes del colectivo El Haltillo, en El Paso – Cesar.

Se ha dado todo un proceso de transformación de estos jóvenes: se ha transformado la vida a nivel personal, familiar y social, y además se ha visto reflejado en la misma comunidad; ellos tienen posiciones de respeto y autonomía en los territorios, ellos tienen voz y voto en la comunidad, y eso los hace sentirse más fuertes y más representativos, están ocupando posiciones de interés y de aceptación entre los actores más grandes, que son los patriarcas en ese territorio, y los más chicos que están viendo un modelo más positivo en ese hermano, ese vecino o ese amigo que hace parte del Colectivo. (Conversación personal, Mayra Sequeda, 2019)

Dentro de la comprensión de la comunicación como un derecho, estas iniciativas también evidencian que tienen el derecho a preservar sus saberes propios, sus saberes locales y a la vez compartir los conocimientos que ellos tienen por contar. Les ha permitido hacerse ver y reconocer lo que son. Conectarse desde lo humano y mostrar sus vivencias como pueblos y comunidades.

El colectivo ha incidido mucho en la comunidad palanquera, ya que gracias al trabajo que se viene realizando se ha logrado fortalecer esos elementos culturales que tiene San Basilio de Palenque, ya que no es solo enseñarles a los chicos a hacer fotografías, una buena grabación de

audio o vídeo; también es fortalecer la cultura palenquera para que esta no se pierda en el tiempo. Por esa razón guardamos esas informaciones y producciones, para que se conserve la memoria y se mantenga viva al ponerla a circular. (Conversación personal, Vanessa Tejedor, coordinadora área de radio colectivo Kuchá Suto, San Basilio de Palanque – Bolívar, 2019)

Asimismo, también lo comprende el Colectivo En Puja de Nuquí – Chocó; pues ellos definieron que:

Vamos a trabajar unidos, tejiendo futuro a través de la realización de contenidos para radio, prensa, video, medios alternativos y multimedia, que respondan al lenguaje propio de la comunidad, con el fin de conservar las tradiciones ancestrales, fortalecer las expresiones artísticas y el universo cultural de nuestras comunidades. Somos antenas, y como tal recibimos y transmitimos el sentir y pensar de los diferentes sectores sociales (jóvenes, mujeres, niñas y niños, pescadores, agricultores, comunidad educativa, grupos culturales y artísticos, entre otros) con el fin de aportar a la pronta solución de sus problemáticas y a la visibilización de los logros alcanzados en sus experiencias comunitarias. (Fundación MarViva & Puja., 2017)

Estos colectivos permiten evidenciar cómo la comunicación cumple un papel fundamental en los procesos de cambio que atraviesan las sociedades. Ellos acercan la posibilidad de construir sociedades más justas, en las que los seres humanos y las comunidades logren los objetivos que se proponen gracias a que han articulado la necesidad de crear proyectos comunicacionales, incluyentes y activos, capaces de canalizar las

preocupaciones, intereses y potencialidades de los diferentes grupos sociales de los territorios.

La comunicación plantea la necesidad de facilitar un proceso interactivo y participativo en el que el diálogo, el debate público y la acción colectiva se articulen para propiciar procesos de cambio social, definidos por la comunidad y orientados a mejorar el bienestar de sus miembros. Desde aquí los colectivos visitados sustentan sus prácticas y el hacer cotidiano, debido a que facilitan condiciones propicias para la expresión de los individuos, el ejercicio y goce de los derechos, y la oportunidad de decidir qué es lo más conveniente para cada comunidad. Todo ello a partir de esfuerzos que apunten a cambios en lo individual, comunitario y político donde los medios, como la radio, prensa o producción audiovisual, son herramientas que motivan los procesos de cambio social que pueden llevar a una disminución en las brechas sociales que determinan y limitan las posibilidades de buen vivir de los seres humanos en la actualidad.

Y es desde allí, de entender la comunicación como un derecho y como la posibilidad de transformación social, que se sostienen todos estos colectivos de comunicación para llevar a cabo unas prácticas comunicativas que motiven y produzcan cambios importantes en cada uno de los territorios; se destaca que desde la escucha y el encuentro con el otro es posible pensarse la construcción de un mundo distinto y mejor.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Bibliografía

- Alfaro, R. (2006).** *Otra Brújula. Innovaciones en Comunicación y Desarrollo.* Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima.
- Chaparro, M. (2013).** *La comunicación del desarrollo. Construcción de un imaginario perverso.* Telos ((Cuadernos de Comunicación e Innovación)).
- Chaves Gil, J. I. (2017).** *Nuevas formas de entender la comunicación para el desarrollo.* Cooperación En Comunicación En Iberoamérica, 4(8), 27–36. <https://doi.org/10.24137/raeic.4.8.4>
- Fundación MarViva, F. L. A. y C. de C., & Puja. (2017).** *La formación de un colectivo de comunicación como herramienta de gobernanza local en el Golfo de Tribugá.* (2nd ed., Vol. 1; E. 3 Ltda, ed.).
- Kaplún, M. (2002).** *Una pedagogía de la comunicación.* El comunicador popular. La Habana, Cuba: Editorial Camino

Sentidos de creación

CAPÍTULO 2

Este eje de *Sentidos locales* propone tres artículos que aportan elementos claves para el análisis y la reflexión sobre la creación, producción y circulación de contenidos que realizan algunas experiencias de comunicación en diferentes lugares del territorio nacional.

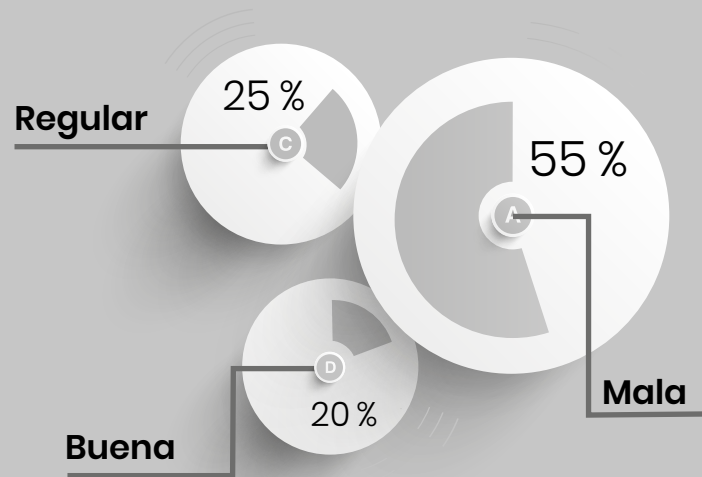
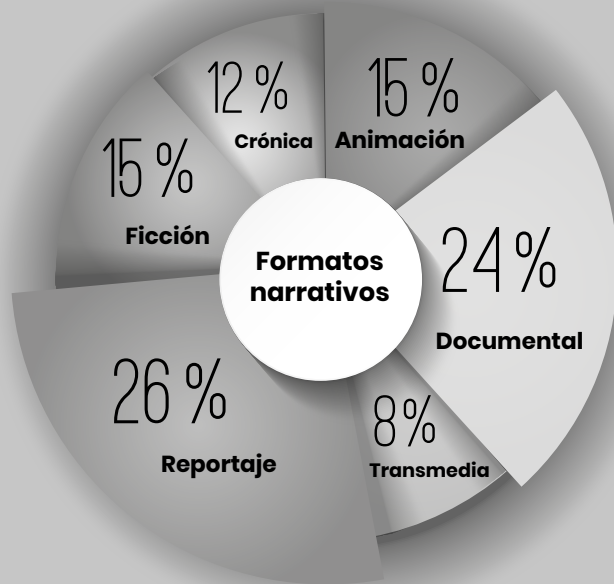
Durante el estado del arte hubo un interés particular por conocer hasta dónde las nuevas tecnologías eran tenidas en cuenta por los colectivos de comunicación. Los resultados muestran que, en la mayoría de los casos, el nivel o la calidad de la conectividad en los territorios es un determinante para que esto suceda o no; en otros casos, esta sencillamente no es la prioridad, dados los objetivos que los guían y el tipo de procesos que desarrollan.

Fuera del aire, el artículo de Iván Mercado Sarmiento, integrante del equipo de coordinación de Vokaribe Radio, fue escrito para compartir algunos aprendizajes que han tenido en el grupo al hacer radio comunitaria en el suroccidente de Barranquilla. Trata, por un lado, temas relacionados con el interés de producir información diferente, veraz y de calidad como un reto que no debe perderse por caer en los afanes de ganar audiencias. Por otro, de la necesidad de llegar a la gente, ser atractivos y generar conversaciones con ciertos actores de la comunidad, lo cual está mediado por el proyecto político comunicativo y el acceso tecnológico, y motivado tanto por las lecturas del entorno como por la identificación de carencias y potencialidades propias.

Contarse, contar y ser tenido en cuenta, artículo escrito por María Paula Martínez, Directora de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, aporta elementos para enriquecer la reflexión acerca de los colectivos que, en Colombia, constituyen experiencias de comunicación ciudadana, resistencia, memoria, goce colectivo, cultura, construcción y circulación de narrativas propias. Un ensayo en tres momentos, como lo plantea la autora, que desarrolla temas relacionados con el reconocimiento y la soberanía cultural, las estéticas y formas de narrar según sus propios contextos y las incidencias de esta comunicación que, desde la periferia, nos muestra historias no contadas por los medios masivos y comerciales y sus respectivas agendas ligadas al poder.

El artículo *Medios comunitarios, conectividad y territorio. Salvar la brecha en el mundo rural*, de Eva González Tanco, docente e investigadora de la Universidad del Cauca, muestra un panorama poco alentador sobre la conectividad en Colombia y las realidades a las que se enfrentan los medios comunitarios, principalmente las radios. No obstante, también plantea algunos aspectos claves para reflexionar acerca de la necesidad de explorar y propiciar procesos de articulación y convergencia que involucren tanto las nuevas tecnologías y la construcción de redes como plataformas de difusión y los medios comunitarios, que, para la autora, siguen siendo actores importantes de integración y reconocimiento en los territorios de influenci





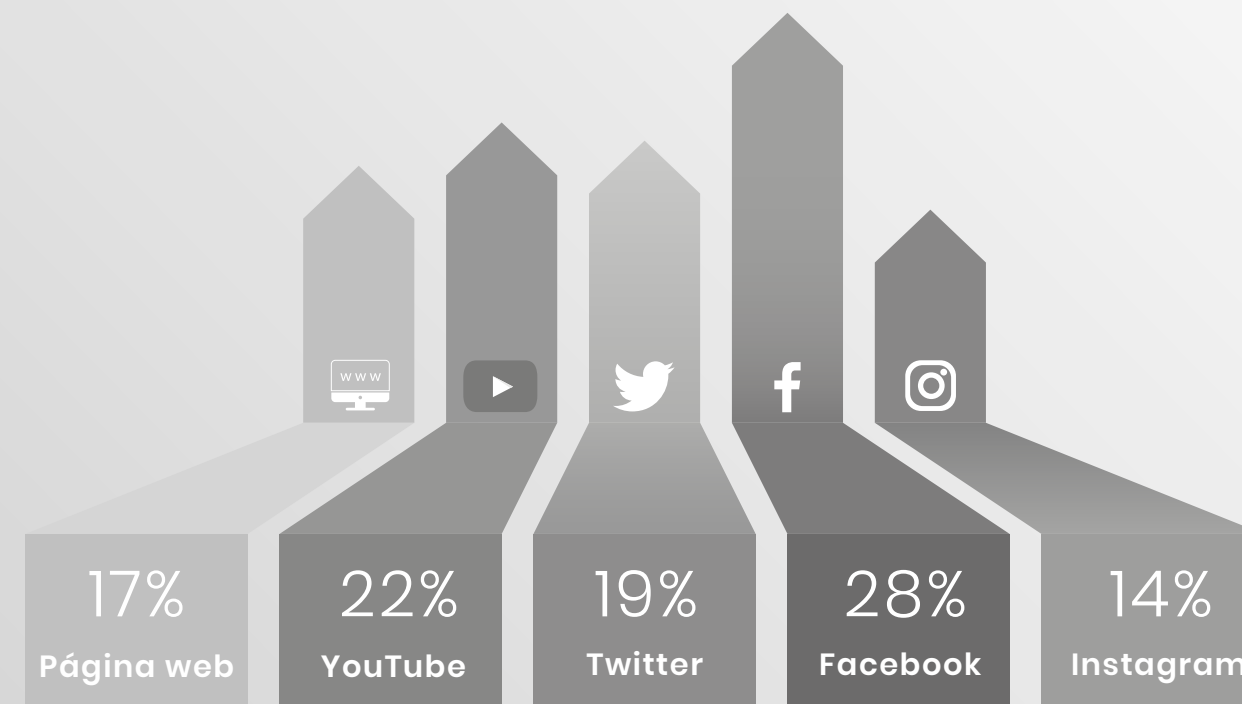
EN CIFRAS

Formatos narrativos

Los colectivos de comunicación visitados utilizan, algunos con mayores recursos técnicos que otros, diferentes tipos de formatos para narrar sus territorios, sus personajes y sus historias. De esta manera, nueve experiencias locales de comunicación realizan reportajes y ocho trabajan los documentales; cinco exploran en la animación e igual número usan la ficción como una manera de contar. Cuatro colectivos trabajan formatos menos comunes, como la crónica, y tres han comenzado a explorar formatos transmedia como una forma de poner en diálogo el audio, el video, la fotografía y los textos al momento de producir sus contenidos.

Conectividad

De las 20 experiencias de comunicación local visitadas, once consideran que por diversas razones su conectividad es mala, cinco afirman que es regular, y cuatro, que es buena.



Redes sociales y difusión

Los principales canales o espacios de circulación de contenidos que utilizan los colectivos de comunicación son las radios comunitarias, las calles, los parques, los festivales y las proyecciones en espacios de formación y socialización ante la comunidad.

utilizan en primer lugar Facebook, con 10 de las experiencias consultadas. En el caso de YouTube son ocho los colectivos que han creado canales; en Twitter, siete colectivos tienen y usan cuenta en esta plataforma social. Seis experiencias de comunicación local tienen y actualizan periódicamente su página web; e Instagram la utilizan cinco para difundir información periódicamente.

En cuanto al uso de las nuevas tecnologías, quienes han incursionado en las redes sociales

I Fuera del aire

Por: Ivan Mercado Sarmiento
Vokaribe Radio 89.6 FM.

“¿Cómo será la audiencia de la radio en 15 o 20 años? Es decir, ¿cómo quieren que sea?”. Me formularon estas dos preguntas alrededor de un café vespertino, en medio de una conversa de esas donde se sueñan proyectos que, casi siempre se sabe de antemano, es muy probable que no se concreten.

Palabras más, palabras menos, las respondí casi por defecto diciendo: ‘Una audiencia informada y que participa activamente en la sociedad’.

Contribuir a la construcción de una ciudadanía activa, producto del ejercicio comunicativo, es uno de los ejes fundamentales de cientos de iniciativas de comunicación alternativa. No obstante, he aprendido que hay una diferencia sustancial entre las contribuciones que hacemos esperanzados en lograr ciertos cambios y cuántos de esos cambios se pueden atribuir a nuestras acciones. Al responder aquel día “por defecto” no pensé en dos principios claves de la evaluación de proyectos: la contribución y la atribución.

Ahora que vuelvo a esas preguntas sin la exaltación de aquel momento, pongo otros elementos en juego para especular sobre esa audiencia/ciudadanía futura en la relación con lo que podemos producir/curar/procesar en el presente. Vale aclarar que no hablaré de comunicación en el sentido amplio pues no soy un experto, hablaré sobre todo de algunos aprendizajes que he/hemos tenido al hacer radio con el rótulo “comunitaria” y en el intercambio con periodistas, académicos e iniciativas de comunicación.

En este momento no tengo claro cuántas iniciativas de comunicación alternativa (radios en línea, tv, video, prensa, etc.) existen en Colombia, pero sí puedo decir que hay 627 emisoras comunitarias, 670 emisoras comerciales y 295 emisoras de interés público, según datos del *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – Mintic*ⁱ. De las comunitarias, veintisiete están ubicadas en ciudades capitales, de las cuales Medellín (con tres) y Bogotá (con cuatro) son las que más tienen.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Antes de 2007 no existía asignación de frecuencias para radios comunitarias en ciudades capitales; este tipo de licencias solo se otorgaba en municipios. Eso, sin embargo, no significa que no hubiese ya por entonces iniciativas de comunicación con búsquedas y apuestas por lo comunitario en Bogotá, Medellín, Cali o Barranquilla. Es gracias a la gestión y la presión social ejercida durante años por algunas de ellas, que Mintic (en ese momento llamado Ministerio de Comunicaciones) abrió licitación y muchas organizaciones se postularon. A nosotros en el año 2012 nos fue asignada una de esas licencias para operar en los 89.6 FM en Barranquilla.

Una década después, entre el 1 y 2 de junio del 2017, se realizó en Bogotá el *Primer encuentro nacional de emisoras comunitarias de ciudades capitales*ⁱⁱ Jorge Londoño, de Antena Ciudadana, moderó la primera actividad, una mesa redonda que inició con una pregunta provocadora: “¿cómo

hacemos la radio comunitaria en ciudades capitales?” (Resander, 2017).

De la relatoría de la conversación generada por su pregunta extraje dos ideas que me sirven para este relato: “La gente nos cree, somos fuentes veraces de información” y “el reto es cómo ser atractivos para las audiencias”. Básicamente, se resume en el *fondo y la forma*.

La gente nos cree, somos fuentes veraces de información.

Como cualquier medio de comunicación masiva, tenemos -y queremos tener- audiencias, y más que audiencias, la credibilidad de estas en nosotros: la moneda de cambio es la información. Y a la inversa funciona de la misma manera, la audiencia quiere medios que satisfagan sus necesidades: la moneda de cambio es la atención.

Walter Hernández, director de Vokaribe Radio, habla de “Información de utilidad”, es decir, que sirva para tomar mejores decisiones. Para ilustrar un poco más el asunto, traigo la respuesta que Sinar Alvaradoⁱⁱⁱ le dio a Belén Pardo^{iv} en el programa Ruido Negro^v:

“

La información, en efecto, es un derecho fundamental [...] La información es una mercancía que todos consumimos diariamente, y que necesitamos consumirla para saber dónde estamos parados [...] Si la información la entendemos como un producto vital para la vida en sociedad ¿a dónde vas a ir a buscar información para consumirla? (Alvarado, S. conversación en Ruido Negro)

Vokaribe Radio intenta ser uno de esos proveedores de los que habla Sinar; sin embargo, en ese vasto mercado sobresaturado de información y plataformas por las cuales esta circula, reconocernos significa sabernos una oferta más buscando continuamente el “valor agregado” o el “elemento diferencial” para captar audiencias.

¿Cómo no caer en el afán de tener oyentes perdiendo de vista la calidad/utilidad de la información que producimos? En principio, reconociendo nuestras limitaciones y los posibles alcances.

Por ejemplo, debido al gran volumen de contenidos que se produce, hacer *Fact Checking* -verificación de hechos- para truncar el flujo de información falsa que se propaga y se disemina rápidamente, requiere de una capacidad de respuesta que a veces supera lo que podemos hacer como radio. De igual forma, el modelo de producción/difusión de información ligada a tendencias es avasallante. En ambos casos el factor fundamental es la velocidad. Es una carrera contrarreloj en la que no siempre se gana.

Por otro lado, producir información de calidad/utilidad requiere disponer de distintos tipos de recursos con los que regularmente no se cuenta en las radios comunitarias. Es nuestro caso, y es también el panorama que describe la Investigación de la Fundación para la libertad de prensa FLIP:

“

Durante el estudio Cartografías de la Información, se entrevistaron 2.186 medios de comunicación en los 32 departamentos del país. De esos medios, 409 respondieron que pagan menos de un salario mínimo y 718 contestaron que no vinculan laboralmente a sus periodistas. Adicionalmente, se identificó que 309 medios son unipersonales; es decir, una sola persona es la encargada de todos los roles que normalmente deben conformar una empresa periodística, como lo es la redacción, la edición y la venta de publicidad, entre otros. Alrededor de 1.200 medios señalaron afrontar problemas económicos y carencias de infraestructura, porque en las comunidades donde se encuentran no hay comercio robusto que permita la fluidez económica necesaria para conseguir pauta publicitaria o más suscriptores que les aseguren ingresos suficientes y estables. El horizonte es todavía más oscuro para los medios de comunicación comunitarios, donde, además de tener ingresos suficientes, deben pagar licencia, Sayco y Acinpro y las tarifas del uso anual del espectro (Quintero, 2019, Pág. 44).

En resumen, el panorama no es favorable para nosotros como oferta mediática. La información que usamos como moneda de cambio está condicionada por factores que alteran su calidad o utilidad, y que repercuten en la transacción con las audiencias.

Cómo ser atractivos para las audiencias

He venido hablando de audiencias porque no hay un cuerpo homogéneo, incluso no lo habría si quisiéramos hablarle a un solo grupo que comparte el mismo interés. Por ello, el plural es la guía, un plural que exige no solo definir con quiénes realmente podemos conversar en distintos momentos y de distintas formas, sino también ser conscientes de que en esa conversación no participa toda la comunidad. ¿Por qué? por alguna de estas razones:

- El proyecto político comunicativo o línea editorial de un medio marca un tono, una intención que puede coincidir o no con los intereses de la llamada gran audiencia.
- El acceso a tecnologías para producir o acceder a la conversación no siempre es posible.

Refiriéndome a lo tecnológico, los tiempos nos obligan a pensar en una gran conversación multiplataforma. Entonces, somos análogos (radio irradiada, impresos, encuentros, etc.) y digitales (streaming, web, redes sociales) al mismo tiempo. Parece obvio que como medio nos adaptemos rápidamente a los avances técnicos y nuevas formas de consumo de información, pero estamos en un escenario de constante incertidumbre y de ensayo-error sobre cómo empezar o mantener la conversación. Creemos que igual pasa con las audiencias.

En cuanto al tono o intención, Rincón (2017) dice que:

“

Hay que generar nuevos vínculos (engage) que pongan en valor al ciudadano. Se exigen más historias que tengan que ver con la vida de la gente para significar la existencia, hay que tejer comunidad, generar vínculo cultural, proveer protagonismos sociales más allá de los poderosos, mejorar la autoestima de la gente al ofrecer las condiciones para que el ciudadano se tome las pantallas y se convierta en celebrity de su comunidad. (Rincón, 2017, Pág. 38)

¿A quién haremos celebrity? ¿por qué lo haremos? ¿cómo lo haremos? Esas son las cuestiones.



También habla de que “el problema no es el entretenimiento, sino el aburrimiento” (Rincón, 2018, pág. 38) en el que sumergimos a las audiencias con formatos poco flexibles y creativos. Hemos experimentado un poco y la conclusión a la que hemos llegado es que producir formatos más arriesgados y exigentes requiere mayor experiencia de nuestra parte al tiempo que requiere de audiencias más arriesgadas y exigentes. “[...] *En la medida que se ha ido democratizando la posibilidad de producir información, en esa misma medida los consumidores de información hemos ido ganando responsabilidad [...]* Necesitas más criterio para elegir el proveedor.” (Alvarado S. conversación en *Ruido Negro*).

No basta entonces con intentar ser un proveedor de información de calidad/utilidad y propiciar conversación, sino que necesitamos que nuestras audiencias tengan más herramientas que les permitan retornos; que no nos crean ciegamente solo por nuestra naturaleza comunitaria. Pero ¿dónde y cómo adquieren esas habilidades? ¿es solo nuestra responsabilidad?

En la década de los 80, Len Masterman^{vi} sentó las bases para hablar de *Alfabetismo en medios* (Media Literacy) en Europa y de la necesidad de que estudiantes de primaria y secundaria adquirieran cierto tipo de habilidades para leer y escuchar los medios de una manera crítica (Jolls & Wilson, n.d.).

En Latinoamérica, Jesús Martín Barbero ha estudiado la relación escuela-comunicación: “Un uso creativamente pedagógico y crítico de los medios -televisión, vídeo, computador, multimedia, internet- solo es posible en una escuela que transforme su modelo y su praxis de comunicación” (Martín Barbero & Mead, n.d.).

Entonces, la escuela es un actor fundamental para que las audiencias jóvenes adquieran habilidades en lectura crítica de medios y en la apropiación de tecnologías y narrativas. Esta sigue siendo una asignatura pendiente.

On demand

Sea irradiada o en línea, continuamente nos preguntan “¿quién escucha radio en el SIGLO XXI?”. La respuesta es: muchas personas la escuchan; la usan como compañía, como consuelo, como rival para discutir, como ambientación, como ruido de fondo... creo que en esta ciudad, así como en otras, la radio es invasiva; te invade por decisión propia o ajena.

Hace casi cien años, el 8 de diciembre de 1929, nació *La Voz de Barranquilla*, de la mano de Elías Pellet, y con ella se marcó una forma de hacer radio que ha permanecido casi intacta hasta hoy. La relación radio-audiencia sigue siendo vertical y unidireccional. Hay mecanismos de interacción, sí, pero son limitados.

Aquí entramos nosotros como alternativa para tratar de transformar esa relación asimétrica audiencia - medios, para insistir en horizontalizar esa relación y para proponer otros narradores, otras miradas a la realidad local y otros vínculos.

No recuerdo de quién es la frase y pido excusas por ello, pero lo cierto es que la escuché en una ponencia sobre la lectura y la tomaré prestada -adaptada- para este momento, **“La radio comunitaria y, por extensión, la comunicación alternativa, es al tiempo ventana y espejo”**.

Ventana porque permite asomarse hacia afuera, a lo ajeno, a lo que no somos; un juego que se invierte porque a través de

ella también se pueden asomar las otras y los otros para observarnos. Espejo porque nos refleja en relatos propios que nos facilitan el encuentro con la memoria, con lo que somos, que abren la posibilidad a que las otras y los otros se vean a través de cómo nos narramos.

Lo anterior conecta con la intención de otras iniciativas de comunicación en el Caribe colombiano. Esto dice Vanessa Tejedor, coordinadora del área de radio del colectivo de comunicaciones Kuchá Suto de San Basilio de Palenque:

“ El Colectivo ha incidido mucho en la comunidad palenquera ya que gracias al trabajo que se viene realizando se ha logrado fortalecer esos elementos culturales que tiene San Basilio de Palenque, ya que no es solo enseñarle a los chicos a hacer fotografías, una buena grabación de audio o video, sino también fortalecer la cultura palenquera para que esta no se pierda en el tiempo, por esa razón guardamos esas informaciones y producciones para que se conserve la memoria y se mantenga viva al ponerlas a circular (Ministerio de Cultura, 2019).

De igual manera pasa en el Colectivo de Comunicaciones de Montes de María - Línea 21, Soraya Bayuelo, su directora, cuenta:

“ Nunca nos hemos liberado de ese sueño de saber que hacemos la comunicación como un pretexto, porque ha podido ser la danza, el teatro, la música u otra área del conocimiento; pero fue la comunicación, porque la hemos soñado como una comunicación diferente, una comunicación para el cambio social, que transforma vidas. Cuando puedes expresar tus

reflexiones, tu propio pensamiento y otros lo acogen, dimensionan y lo ponen en la práctica cotidiana haces de un ser humano un sujeto político y el sujeto político es un sujeto de comunicación, un sujeto de conocimiento que todo el tiempo produce saber” (Ministerio de Cultura, 2019).

No somos medios o iniciativas de comunicación con gran demanda por la gran audiencia, nuestras audiencias son de nicho. Por eso no podemos medir el rating solo por número de oyentes, espectadores, públicos; no es lo mismo la recordación (*top of mind*) que el vínculo (*top of heart*).

Jair Vega^{vii}, nos ha invitado a hacer un estudio de interacción en vez de un *estudio de audiencia*; es decir, no solamente caracterizar a las audiencias, sino saber cómo interactúan con el medio. Sandra Osses^{viii}, por su parte, nos ha presentado una herramienta para un *estudio de recepción* e identificar qué hacen las audiencias con lo que les damos como radio. Ambas propuestas están encaminadas a indagar más allá de lo cuantitativo.

A ciencia cierta, no sabemos con exactitud todo lo que demandan nuestras audiencias, pero aun así nos arriesgamos a proponer contenidos y a generar una conversación a partir de la lectura del entorno y la identificación de precariedades, carencias y potencialidades.

De la cabina a la calle

Una decisión que tomamos fue hacer radio fuera de la cabina. En enero de 2013, un mes después de haber iniciado las emisiones de prueba, se cayó la torre de treinta y dos metros

que sostenía la antena. Estábamos fuera del aire y el problema no se resolvería en poco tiempo.

¿Cómo podíamos seguir haciendo radio si no podíamos transmitir? La respuesta fue empezar a visitar barrios y, con ayuda de vecinos, vecinas y líderes locales, armar la radio fuera de cabina. Así nació *90 minutos de radio a la calle*, que luego se transformó en Informativo Vokaribe a la calle.

Muchos años después, ya estando al aire y basados en la experiencia de 90 minutos, apareció un intento de radio en bares, llamado Ruido Negro, y este ejercicio fuera de cabina nos dio pistas para descentralizar el centro de producción y empezar a hacer otros programas de la mano de organizaciones sociales. Nacieron así *Ponte en los zapatos*, realizado con representantes de la Mesa Distrital de Víctimas, y *Vive a tu manera*, realizado con la Fundación Cedesocial.

Es muy diferente lo que sucede cuando no hay barreras físicas entre la audiencia y el equipo de producción de la radio. Los oyentes son pocos, pero el vínculo es muy fuerte.

Ahora bien, no somos los únicos en la apropiación de la calle como escenario para la radio, en eso coincidimos con *La Esquina Radio*, de Medellín: “Cocinando en las esquinas” nació con un énfasis en diversidad sexual; la creadora era una mujer transexual que logró -a través de unos talleres de cocina que ella hacía en diferentes lugares del territorio- ser reconocida de otras maneras. Sin embargo, con el tiempo Cocinando en las esquinas se convirtió en un programa de memoria, porque a través de él las señoras que enseñan sus recetas recuerdan su territorio original. Ellas, en su gran mayoría, son mujeres desplazadas”. (Ministerio de Cultura, 2019).

La calle como escenario, la radio como dispositivo y la conversación entre audiencias y productores de contenidos fortalecen el vínculo.



Asociación de radiodifusión comunitaria Vokaribe

Seguro seguiremos teniendo grandes retos como radio: la lentitud para procesar la ingente cantidad de información, la dificultad de producir información de calidad, la carencia de recursos, la incertidumbre respecto a si estamos o no propiciando grandes conversaciones que transformen el entorno, la competencia por la atención en el mercado voraz, la radio invasiva, la calle o los vínculos son algunos de ellos. Sin embargo, eso no nos impide pensar desde este presente y en clave de ciudadanía y participación a esas audiencias.

Belén Pardo, de Vokaribe Radio, reflexiona sobre ello:

“ Las apuestas de construcción de ciudadanías en nuestro país en general, no digo que son perdidas, pero son enormes esfuerzos que no ven fácilmente luz al final del camino; son esfuerzos titánicos bien sea por el *continuum* de la violencia con todo lo que eso acarrea, el miedo a hablar, las presiones, los silencios deliberados para protegerse o para proteger a los otros, las acciones deliberadas desde el poder para minar ese tipo de procesos, silenciar a un personaje o desvirtuar el trabajo de un personaje o una organización; todas esas

cosas tienen relación con que sea difícil hablar de eso. (...) La radio comunitaria, o por lo menos nosotros, somos conscientes de que esto es una cosa de larguísimo plazo, uno no está resolviendo esto para mañana y hay que hacer la operación sirirí; hay que insistir, insistir, insistir, incluso dentro del equipo” (Ministerio de Cultura, 2019).

Es hora de otro café y mientras voy a prepararlo tarareo lo que suena de fondo: “Con puño arriba tumba ya toa la muralla. Tumbamuralla, nadie te calla / Eeeeeeeh! Pasa la raya vamos pa llá / Eeeeeeeh! Pásala ya, pero ya sin callá” Tumbamurallas - Systema Solar.

Bibliografía

- Jolls, T., & Wilson, & C. (n.d.). *Voices from the Field The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow*. In Journal of Media Literacy Education (Vol. 6). Retrieved from www.jmle.org
- Martín-Barbero, J. (1998). *Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación*. Cultura y Educación: Culture and Education, (9), 17-36.
- Ministerio de Cultura. (2019). *Sentidos locales. Reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia: caracterización de 20 colectivos de comunicación realizada por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura*. Bogotá.
- Quintero, C. (2019). *Periodismo Roto, viaje por las grietas de la información en Colombia: Con una mano pregunto, con la otra cobro* (F. para la L. de P. FLIP, ed.). Bogotá.
- Resander. (2017). *Primer encuentro nacional de emisoras comunitarias de ciudades capitales*. Retrieved from <https://www.radioscomunitariasparalapaz.co/wp-content/uploads/2017/07/DOC.-MEMORIA-ENCUENTRO-EMISORAS-CAPITALES.pdf>
- Rincón, O. G. (2017). *Periodismo mutante y bastardo*. Revista CS. <https://doi.org/10.18046/recs.i22.2394>

ⁱ Consulte el aplicativo en <https://www.mintic.gov.co/portal/maparadio/631/w3-channel.html>

ⁱⁱ Evento organizado por la Red Cooperativa de Medios de Comunicación

ⁱⁱⁱ Comunitarios de Santander RESANDER, en el marco de la ejecución del Proyecto Radios Comunitarias para la Paz y la Convivencia.

^{iv} Periodista y excoordinador de la Liga contra el silencio.

^v Antropóloga y radialista de Vokaribe Radio.

^{vi} Programa de radio que se realiza en espacios como restaurantes o bares, y que tiene la intención de abordar temas complejos de forma simple.

^{vii} De nacionalidad inglesa. Docente en la Universidad de Nottingham en Inglaterra.

^{viii} Candidato a Doctor en Comunicación y Magíster en Estudios Políticos y Económicos de la Universidad del Norte.

^{ix} Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Ciencias Sociales por Flacso.

Contarse, contar y ser tenido en cuentaⁱ

Por: María Paula Martínezⁱⁱ |

“ Muchas de las posibilidades de ser reconocidos, tenidos en cuenta, contar en las decisiones que nos afectan, dependen de la veracidad y la legitimidad de los relatos en que contamos la tensión entre lo que somos y lo que queremos ser”.

(Martín Barbero, 2001)

Un ensayo en tres momentos: el primero sobre el reconocimiento y la soberanía cultural que se vuelca en la comunicación comunitaria; el segundo, sobre las estéticas y las formas propias de contar; y el tercero, sobre la incidencia de la comunicación comunitaria como una forma de evidenciar los relatos que se escapan a los medios masivos y las agendas del poder. Este texto habla sobre la comunicación ciudadana como experiencia de resistencia, de memoria y de reconocimiento; intenta definirla desde el concepto de las raíces locales que amplían el panorama de interpretaciones de la realidad de las personas que se basan en un proceso de producción cultural en el que la comunidad puede verse, construir su agenda y poner a circular historias con sentido propio.

Palabras clave: territorio, narrativa, sentido, relato, contar

Hace 11 años, en 2008, se publicó *Lo que le vamos quitando a la guerra* como un primer estudio sobre los colectivos de comunicación, que demostró, en palabras de su compiladora, que la guerra en Colombia no lo agota todoⁱⁱⁱ;

“ que la comunicación, el arte y la producción cultural pueden contribuir a reparar lo que la violencia armada destruye con su impacto devastador en la vida cotidiana de una población civil (...) y que los medios



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

ciudadanos están siendo utilizados por poblaciones civiles para restablecer solidaridades tradicionales y recrear nuevas formas de solidaridad, para reapropiarse de los espacios públicos”.

(Rodríguez, 2008)

Sentidos locales. Reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia es, de algún modo, una actualización de aquel libro, que evidencia que una década después, y luego de tres años de firmado el proceso de paz con las Farc, los colectivos de comunicación en los territorios le siguen quitando a la guerra los discursos cotidianos, siguen ganándole, por un lado, posibilidades de relato y de reconocimiento, por el otro, terreno al miedo y al silencio, a través de la transformación de los imaginarios colectivos.

Desde hace más dos décadas estos colectivos producen y circulan piezas sonoras y audiovisuales que dan cuenta de que la comunicación está trenzada en la diversidad de lenguajes, códigos, escrituras y medios que afirman la diferencia y la diversidad de las que estamos hechos. Se han consolidado como una forma efectiva de combatir la violencia de la representación, la ausencia de relatos nacionales y las formas de ensimismamiento y aislamiento descritas por Jesús Martín-Barbero (2001). Una posibilidad de combatir esa Colombia que hasta el SIGLO XX fue un país que se confundió con la capital y marginó los relatos de la periferia.

1. Contarse

Contar es una acción catártica. Una forma de autorreconocimiento a través de los lenguajes de la comunicación. La identidad se cuenta,

¹ Martín-Barbero, Jesús. “Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional.” En Cuadernos de Nación: Imaginarios de Nación. Pensar en medio de la tormenta. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2001.



la nación existe en cuanto se hace relato. Somos como las historias que nos representan y reconocen” (Rincón, 2014). Contar para existir desde el territorio, desde las raíces locales, desde la soberanía cultural. La comunicación comunitaria es un ejercicio de reconocimiento de la diversidad que ha logrado que las narraciones de la periferia y las estéticas propias de los campesinos, las mujeres, los jóvenes, los niños y los ambientalistas, entre otros, se encuentren en relatos que se hacen públicos para ampliar las interpretaciones de la realidad y para el goce colectivo.

Dice el periodista y ensayista Omar Rincón que la comunicación ciudadana es política en cuanto hace visibles los saberes subyugados. Dice el colectivo Carchansa, de los pueblos Kamsa e Inga, que la comunicación es la posibilidad de entender y ser entendido, reconocer y reconocerse; reconocerse en los videos, los audios, animaciones, cantos, *performances*; la acción de reconocer la historia propia y de identificarse en la historia de los demás.

Así es el caso del Tejido de comunicaciones Wejxia Kasenxi, que realiza producciones audiovisuales sobre rituales Nasa, como El nacimiento del año Sekbuy, El ritual de las semillas el Saakhellu, La ofrenda de los muertos el Cxapux o La Apagada del fogón, y también lo que hace la Esquina Radio en Medellín contando la ciudad desde los barrios y las dinámicas de una ciudad violenta. O lo que hace el colectivo Kuchá Suto contando la memoria de resistencia de San Basilio de Palenque, o Ajodeniú, cuando narra la supervivencia y desplazamiento interno del departamento del Chocó.

2. Contar

A través de la creación audiovisual y radial, así como de las otras formas y espacios de comunicación, contar es existir en colectivo, existir, como

dice el slogan del colectivo Mejoda en Cali, en el relato con irreverencia, contar realidades en los propios términos. Los pueblos indígenas llaman comunicación propia a una forma de narrar en la que la ciudadanía se ve integrada en sus propios códigos culturales, y donde se legitiman sus estéticas, a contar para producir información como parte de un proceso cultural de reconocimiento en el que la comunidad crea relatos sobre sí misma, convierte a sus vecinos en protagonistas para crear historias cotidianas y significativas: historias desde las cocinas, los ríos, la cosecha, el cuerpo, los ciclos y la memoria.

Una forma de transformar imaginarios colectivos y hacer evidentes la diversidad de identidades de un territorio. Identidad en el sentido descrito también por Martín Barbero como un imaginario que se relaciona cada vez menos con “mismidades y esencias y mucho más con narraciones, con relatos”, con identidades diversas que se expresan en una “heterogénea multiplicidad de narrativas”.

Mucho de lo que hacen los colectivos de comunicación es construir una agenda que no se define desde la hegemonía del poder, sino desde un tejido de nodos de poderes diversos: las mujeres, los campesinos, los jóvenes y los niños. En cada colectivo este proceso de contar es único y depende de sus raíces locales. Se dan experiencias distintas de participación de la comunidad en la construcción de la memoria colectiva social, política y cultural.

El colectivo Kuchá Suto, por ejemplo, cuenta en lengua palenquera para fortalecer la narración y la escucha. Se esfuerza por narrar su identidad cultural desde la tradición oral y la cocina, los

juegos, la medicina tradicional, las rezanderas, la champeta y los velorios.

3. Ser tenido en cuenta

Uno de los denominadores comunes de estos colectivos de comunicación es la transformación de imaginarios colectivos. No es la narración mediática en sí misma un fin, pero sí lo es la construcción y validación de identidades diversas (Couldry & Rodríguez, 2018). Es importante el proceso individual y colectivo de vinculación, de ser tenido en cuenta. Uno de los casos más ilustrativos es el del colectivo de comunicación de Montes de María Línea 21 y la inauguración del Museo Itinerante de la Memoria El Mochuelo, que desde 2018 se ha establecido como un espacio de reparación simbólica en el que la comunidad se ve reflejada en sus propios relatos, dibujos,

serigrafías, audios, tejidos y videos, y se encuentra para cantar, llorar y bailar.

Otros denominadores que aparecen en la muestra de esta investigación son la paz, la ciudadanía y la convivencia pacífica. Muchos, si no todos los colectivos, mencionan proyectos y piezas audiovisuales y sonoras alrededor de estos ejes, ven la comunicación como una estrategia para vencer el miedo y reconstruir el tejido social. Un ejercicio de dar cuenta del pasado para entender el futuro posible.

También son significativos los relatos comunitarios que logran llegar a los medios masivos y ser tenidos en cuenta en las agendas mediáticas, como el caso del colectivo Mejoda, que se ha ganado dos premios India Catalina con sus producciones audiovisuales Matachinde (2015) y Navidad pacífica (2018), que fueron emitidas, bajo un acuerdo, por el canal público

Escuela popular de cine y video comunitario Ojo al Sancocho
Foto de Mauricio Arroyave



regional Telepacífico. O los que les compiten a los medios masivos, como es el caso de Vokaribe radio, que hace 20 años lucha en Barranquilla con el dial FM para llegar a 90 barrios y ejercer su derecho a sonar.

Lo comunitario en digital

Las interfaces de la comunicación han cambiado, las relaciones entre los medios y los espacios ciudadanos se han transformado por la vía de las pantallas y lo que sucede en los grupos de WhatsApp. “Los avances logrados en las tecnologías mediáticas durante los últimos 30 años han ampliado masivamente la capacidad del ser humano y de los sistemas automáticos para crear, usar, difundir y almacenar información y contenidos de todo tipo a través del tiempo y el espacio” (Couldry & Rodríguez, 2018).

Desde hace dos décadas los medios de comunicación participan de nuevos

espacios de ciudadanía que se dan en esferas virtuales y tejen nuevas audiencias y relaciones con la información. Lo comunitario también se ve afectado por este contexto de digitalización, a pesar de las desigualdades y del poco acceso al servicio de internet disponible en el país.

Colombia es un país de tradición oral, con 8 de cada 10 hogares conectados al cable, con la mayor parte de su territorio desconectado de internet, pero al mismo tiempo con más celulares que habitantes. Un país con un ecosistema de medios masivos escaso y concentrado en agendas y en propiedad, que contrasta con un sistema de medios comunitarios que agrupa más de 600 emisoras comunitarias.

En este contexto, la comunicación digital no es significativa en muchos de estos colectivos. La falta de conectividad impide que puedan

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



desarrollarse procesos de creación convergente, pues estos necesitan de una velocidad de descarga o una plataforma de streaming. Sin embargo, hay iniciativas audiovisuales, transmedia y de podcast que empiezan a gestarse desde los territorios.

Final

Desde hace 25 años la comunicación alternativa, comunitaria y ciudadana le ha jugado y ganado al conflicto armado una partida contra el miedo y el silencio. A pesar de la transformación en el ecosistema de la comunicación, los medios ciudadanos se mantienen como canales de batalla por el progreso social. Con el desafío de vencer las barreras de acceso y lograr formas estables de sostenibilidad, se han ganado la legitimidad de las comunidades que atienden. No adolecen de falta de credibilidad, como los medios tradicionales masivos, y su existencia permite la circulación de relatos que dan mejor cuenta de este país no narrado.

Bibliografía

- Couldry, N., & Rodríguez, C. (2018). *Coordinadores. Desigualdad y luchas comunicativas en tiempos digitales*. Informe global por una comunicación comprometida con el progreso social. Fes -C3. .
- Martín Barbero, J. (2001). *Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional*. En Cuadernos de Nación: Imaginarios de Nación. Pensar en medio de la tormenta. Bogotá: Ministerio de Cultura. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf>
- Rodríguez, C. (2008). *Lo que le Vamos Quitando a la Guerra: medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia (No. 5)*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Frierich Ebert Stiftung.
- Rincón, O. (2014). *Hacia el periodismo-experiencia en las figuras del Dj y el militante*. Quito: Ciespal.

ⁱ Habla Martín Barbero (2001) sobre la polisemia de la palabra contar en español “que es tanto narrar historias como ser tenidos en cuenta por los otros. Lo que significa que para ser reconocidos necesitamos contar nuestro relato; no existe identidad sin narración, ya que esta no es solo expresiva, sino constitutiva de lo que somos”.

ⁱⁱ María Paula Martínez Concha - Politóloga con especialización y maestría en Periodismo de la Universidad de los Andes. Becaria (2015) del programa de Chicas Poderosas en la Radio Pública de los Estados Unidos NPR. Desde octubre de 2018 es directora de Comunicaciones del Ministerio de Cultura.

ⁱⁱⁱ Clemencia Rodríguez 2008. Lo que le vamos quitando a la guerra. Medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina C3fes. ISBN 978-958-8101-34-7. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07330.pdf>

Medios comunitarios, conectividad y territorio

Salvar la brecha en el mundo rural

Por: Eva González Tanco.
Universidad del Cauca.

La reflexión que se presenta a continuación parte del trabajo de caracterización de 20 colectivos de comunicación de diferentes lugares del país, e incluye un panorama de buenas prácticas e incertidumbres de largo aliento que nos dejan los medios del tercer sector de la comunicación. Unos medios que, tanto en Colombia como en Latinoamérica, han supuesto un núcleo de construcción de lazos sociales de un valor incalculable, fundamentalmente allá donde otros espacios han sido históricamente negados por las violencias o por la ausencia de Estado.

Urbanos, indígenas, populares, rurales, alternativos, piratas, educativos... diferencias que son compatibles: al fin y al cabo, todos ellos trabajan en la generación de comunidad, de ahí que compartan ese paraguas semántico y ambiguo, pero deseable, de “medios comunitarios”.

Encontraremos en este catálogo a colectivos de larga y prolija trayectoria que han demostrado su eficacia y compromiso con el cambio social; algunos incluso han recibido distintos

reconocimientos por ello. Hablamos, por ejemplo, del Colectivo de Comunicaciones de los Montes de María, Premio Nacional de Paz; de la escuela audiovisual infantil de Belén de los Andaquíes en Caquetá, del Tejido de Comunicaciones Wejxia Kasenxi, heredero de la ACIN, y, en radio, de Suba al Aire o Vokaribe, con décadas de experiencia; o de la red de emisoras comunitarias del Magdalena Medio, por solo citar quizás las más conocidas.

Asimismo, grandes medios comunitarios que se han destacado por su relación con los fenómenos urbanos contemporáneos y con las nuevas tecnologías: Ojo al Sancocho, Full Producciones y Mejoda de Bogotá, Medellín y Cali, respectivamente.

Y por fin, algunas experiencias más pequeñas, más precarias, tremendamente admirables por su impulso transformador en las más difíciles condiciones; hablamos de aquellas prácticas que se abren paso en territorios caracterizados



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

por la desconexión, la violencia y el aislamiento físico y político.

Situación de los medios comunitarios en Colombia

Desde la aprobación de la normativa que regula el espectro radioeléctrico, en 2010, o los acuerdos y resoluciones de 2012 y 2013 para televisión, la situación no ha cambiado en lo sustancial, y lo que encontramos es un panorama que se puede resumir así:

Dificultades de acceso al espectro radioeléctrico, así como para obtener una frecuencia radial –por el pago de licencia, ancho de banda deficitario sobre todo en zonas geográficas difíciles, problemas de mantenimiento, obstáculos para

la renovación, pagos de derechos de autor a la Organización Sayco-Acinpro que han generado enormes morosidades- (González Tanco, 2016). El proceso actual de otorgamiento de licencias de radio comunitaria va a dejar fuera a dos tercios de las que han mostrado interés, que son muchas menos de las existentes¹.

Imposible acceso a frecuencias televisivas, satelitales o por cable. Sin reparto social de las mismas a los colectivos, están mercadeadas, obligando al pago de estas frecuencias a sus “propietarios”, además del costo de la licencia de funcionamiento y los impuestos, lo que las hace insostenibles para la mayoría de las comunidades. Lo expone con claridad el informe sobre medios comunitarios y libertad de expresión de Observacom: “la “televisión comunitaria” es un

¹ Según MintTIC, 2019, se van a ofrecer 580 frecuencias para repartir. En la primera ronda han mostrado interés 1573 emisoras



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

servicio local, en general comercial, para abonados en pequeños municipios del país” (2017).

Ante la perspectiva de no poder optar por radios o canales comunitarios, queda la alternativa de internet. Pero desde la perspectiva de muchos colectivos populares, Internet se convierte en un arma afilada en la piedra del juego neoliberal (González Tanco, 2016). Las políticas públicas deben tender a la integralidad, pues dejarles solo (y solos) con el discurso de “las inagotables oportunidades de internet” es discriminatorio cuando el acceso es irrisorio (Dutta y Mia, 2010; ITU, 2002); además, refuerza su dependencia de infraestructuras técnicas (Agurto y Mescco, 2012; Almendra, 2010; González Lorenzo, 2009) y se mantiene el sistema de dominación monopólica de las instituciones de control simbólico -los grandes medios de masas- que engordan la opinión pública.

Según González Lorenzo (2009), “debido a la imposibilidad de hacerse con radioemisoras, canales de televisión, periódicos, las

organizaciones políticas indígenas deben contar con estructuras de comunicación digitales” (Pág. 8). Sin embargo, hay que matizar dos cuestiones con respecto al acceso tecnológico: por un lado, la experiencia demuestra que los programas de apropiación de las nuevas tecnologías han tenido éxito solo cuando las organizaciones las han asumido como proyecto propio. Por otro, **supone un error querer solucionar la cuestión de la desigualdad *sustituyendo* los medios convencionales por las redes virtuales y los medios en línea, y reduce a un problema coyuntural lo que en realidad es una cuestión estructural: la causa de la imposibilidad de acceso es el modelo, que no regula el concepto de la comunicación como un servicio público, sino como un negocio. Así, su solución pasa por una política pública nueva e integradora.**

En la última década Colombia dejó pasar la oportunidad de sumarse a la tendencia de otros cuerpos legales del hemisferio, en dos sentidos: las regulaciones para limitar los monopolios y la promoción del acceso, uso y participación mediática de la sociedad civil (Mastrini, 2013)². Las experiencias comunitarias ya existen y son muchas, como se constata en esta monografía. Distintos grupos sociales han ido creando sus estructuras de comunicación, y según las conclusiones de algunos investigadores, como Polanco y Aguilera (2011), las políticas públicas gubernamentales en materia de comunicación deberían proponer el fortalecimiento de las organizaciones sociales y el acompañamiento de procesos en el que las identidades colectivas de sectores populares están en juego (...) y la generación de espacios de discusión e intercambio acerca del sentido de la comunicación y del uso de medios en contextos comunitarios (Pág. 107).

2 La extensa bibliografía de Guillermo Martini expone además otro hito importante: el inicio del posicionamiento de la comunicación como un tema de debate público, como un derecho que reivindicar. Para profundizar en las diferencias entre la normativa colombiana y las leyes de reparto de espectro radioeléctrico sancionadas en la última década en América Latina, ver González Tanco, 2016.

Siempre nos quedará la radio o pensar el futuro de la conectividad comunitaria

La mayoría de las experiencias tienen que ver, principalmente, con la radio comunitaria, algo que se puede entender de dos maneras. Por un lado, en abstracto: en Colombia se mantiene de forma notoria la tendencia a equiparar “medios comunitarios” con “radios comunitarias”.

Por otro lado, en su genealogía causal: ¿por qué esta proliferación de emisoras?

Hay que comprender, para empezar, que la situación de los medios comunitarios en Colombia es de asfixia, invisibilidad, alegalidad, dificultades para iniciar recorrido tanto como para su sostenibilidad... A lo anterior se suma el riesgo personal de los comunicadores, de nuevo en alza, como denuncian FEDEMEDIOS, la FLIP o Reporteros sin Fronteras. El resumen del apartado anterior nos muestra la brecha tecnológica, tanto en conectividad y cobertura como en uso y apropiación. Y aún se pueden sumar más retos: de formación de sus voluntarios y trabajadores, de falta de recursos económicos para la profesionalización, de pérdida de las condiciones de licencias o de inclusión en categorías inadecuadas (como el caso de emisoras indígenas como medios de Interés Público³ y a la inversa: emisoras de instituciones educativas que figuran como comunitarias...) quedaban recluidas entonces al entorno de esa “tierra prometida” que se decía eran las TIC...

Colombia tiene una penetración de internet que no llega al 50%⁴. Esto significa que una de

cada dos personas no tiene acceso a las redes. Visto de otra manera, una de cada dos personas no puede producir contenidos ni recibir contenidos en línea. Y ni hablar de la impresión periódica en un país que no está libre del analfabetismo (un 5-6%) y en el que solo un 11% lee periódicos (EGM, 2016). ¿Qué reciben entonces? Radio y Televisión. Si los medios comunitarios no pueden acceder a los canales de televisión, el único medio masivo que queda es la radio.

Esto nos puede llevar a plantearnos, como comunicadores, si no será excesiva la relevancia que les estamos dando a las redes sociales como medios de masas para formar opinión pública y ciudadanía en Colombia. En la actualidad, los nuevos medios de comunicación nacidos en la sociedad de la información –social media, redes sociales...- no deberían ser entendidos como medios de masas, aunque lo parezcan por sus números... sino como medios “de clase”.

Nos referimos a la clase urbana, a la clase media, a esa “ciudadanía” que deja fuera de su espectro a la Colombia rural. El ejemplo de Cantoyaco, la red de emisoras comunitarias de Putumayo con sede en Puerto Caicedo, es paradigmático: ellos tienen una misión clara de articulación territorial que es fundamental en su función social. Los tecno optimistas aseguran que las TIC son la clave para esta conexión en territorios complejos, aislados... Pero para Cantoyaco, como en Nariño o en Vichada, la conectividad depende del territorio donde se encuentre cada radio comunitaria. Algunas tienen cobertura, para otras la conectividad es simplemente inexistente. Son zonas blancas. Se complica así

3 Ver Artículo 60 Resolución 415/2010. Esta inclusión ofrece algo más de potencia, con la contrapartida de que no se puede incluir ningún tipo de pauta publicitaria.

4 Según las cifras del Ministerio de las TIC en 2019, 23,8 millones de colombianos no tienen acceso a internet, contra los 21,7 millones que sí tienen algún tipo de acceso.

la posibilidad de articular sus distintas emisoras en una plataforma común, que promueva el intercambio de experiencias y conocimientos en el territorio; se complica su misión. Y entonces prueban a hacer producciones de YouTube, pero de nuevo los equipos, de nuevo la señal...

Una de las posibilidades que se abren, de nuevo optimistas, es que la recientemente aprobada Ley de las TIC lleve mejoras en cuanto a la conectividad de las zonas rurales más apartadas y relegadas a la indiferencia del Estado. Esto, sin embargo, solo sucederá si se cumplen algunos condicionantes; por ejemplo, que el gobierno “premie” la llegada a esas zonas en las subastas de las empresas por el espectro, o que abra la puerta a las telecomunicaciones comunitarias.

De momento, en la misma desconexión de hace décadas, ¿de qué manera hace comunicación la comunidad? Pues de la misma manera que antes de la brecha digital: con un transmisor y con los pies.

Al final, la articulación territorial tiene que ver, como bien exponen los medios comunitarios recogidos en este informe, con la autoestima y el sentimiento de pertenencia, con la valoración de las identidades culturales, con el conocimiento detallado de la región y su diversidad, con los proyectos de vida, con el futuro de la comunidad, con la seguridad y la sostenibilidad, entre otras áreas a las que aportan. Y parece que en Colombia todavía no creemos que para ello todos los medios son válidos, y mucho menos que todos son un derecho que debería ser ofrecido en igualdad de condiciones a todos los ciudadanos. No se aprecia este planteamiento cuando desde los ambientes ministeriales se exponen consideraciones como esta: “el internet conecta, pero la radiodifusión teje comunidad” (MinTIC, 2019). Cabe la discusión: es cierto que la radio teje comunidad, pero no es una característica de la tecnología sino un logro de la gente. Y parafraseando la afirmación, el internet “no” conecta, tampoco teje, pero sencillamente porque no se está ofreciendo internet a las comunidades para que se tejan a sí mismas. Ese es un deseo que recoge Julia Gutiérrez:

La radio comunitaria no es un recuerdo romántico que se ha quedado atrás en la

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



equilibrio, mirando al vacío y en una eterna cuerda floja. Una de las mejores prácticas que se pueden ofrecer, según la regulación colombiana, es la inclusión de las emisoras comunitarias como contrapartes de las instituciones en la difusión de campañas públicas. En algunos momentos se ha hecho efectivo, pero sigue siendo una oportunidad de mejora.

Además, para muchos esa cuerda floja está, también, deshilachada, en gran medida por culpa del repunte de la violencia que viven distintas zonas del país. Y en este sentido los comunicadores comunitarios,

como líderes sociales que son, están sufriendo un momento de gran incertidumbre y riesgo, que les empuja de nuevo al desplazamiento, como se refleja en este libro.

La convergencia se antoja más necesaria que nunca, tanto en la construcción de redes como en producción y en plataformas de difusión. El esfuerzo formativo, fundamental tanto como medida de apoyo desde las instituciones como en su réplica local, tiene que buscar el equilibrio entre las formas mediáticas más actuales, imprescindibles para trabajar con las nuevas generaciones y con vistas hacia el futuro, y los medios comunitarios tradicionales que todavía funcionan como integradores y facilitadores de espacios para los menos favorecidos. Esta es una clara aspiración de los colectivos.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

historia de las comunidades ante el surgimiento masivo de diversos medios electrónicos, por el contrario, se complementa y se apoya en los recursos que da el internet y las redes sociales (2018).

Hay que insistir: técnica y económicamente las emisoras comunitarias están escuálidas. Técnicamente, son estaciones clase D, de cobertura local restringida⁵. Sus escasos vatios de potencia las hacen inaudibles para la mayor parte de la que debería ser su población objetivo, más aún en lugares con marcados accidentes geográficos.

Y económicamente la situación no es más alentadora. La eterna discusión financiera, que pasa por las dudas sobre la integridad de los proyectos en el momento de acceder a intereses económicos, venta de publicidad, alquiler de espacios, etcétera, lleva a estas emisoras a hacer

⁵ Ver Artículo 81 y 19 del Resolución 450/2010.

El impulso que la radio comunitaria ha vivido debe ser ampliado a otros medios comunitarios; es hora de discutir este concepto, tal como los mismos colectivos se lo plantean a diario.

La autorreflexión y sus enseñanzas

Los ejercicios de autorreflexión como el que se encuentra en este artículo son frecuentes entre los medios comunitarios, indígenas, alternativos o populares, y si bien es bienvenida la iniciativa del Ministerio, los colectivos dedican mucho tiempo y esfuerzo al autodiagnóstico.

Esto les permite no solo ser conscientes de sus limitaciones y de sus paradojas, sino ir completando en lo posible las grietas que van apareciendo y que no son pocas: reconduciendo manuales de estilo, dinámicas de trabajo y de voluntariado, revisando contenidos, profundizando en formación y crítica política y diversificando estrategias de interacción con la sociedad, con el fin de ser cada vez más consecuentes con la función social de un medio comunitario.

Así lo ponen de manifiesto, sobre todo, las organizaciones donde el impulso juvenil es más notorio. Los jóvenes en Chocó, en Nariño o en Cali, con su mente y sus ojos abiertos a los contextos más amplios, son “cosa seria”. Trabajan con sentido local, pero con estrategia global. **Apuestan por la incorporación de nuevas tecnologías, sí, pero también por hallar estructuras de sostenibilidad alternativas, expandidas, como el turismo, los servicios audiovisuales y de dinamización social para terceros, las becas de investigación, la producción artística, o la recepción de estudiantes y practicantes para generar ingresos a partir del turismo de cooperación, por ejemplo.**

Además, el tercer sector es el que lleva la bandera de las posibles respuestas a la crisis de credibilidad de la comunicación informativa, la banalización, el esnobismo de la omnipresencia en las redes sociales, el distanciamiento de las fuentes y de los focos informativos, la fatiga de la solidaridad. Son los que recurren a la información local y a las fuentes de origen. Son los que deben servir de barrera a la desinformación, los rumores, las falsedades rampantes, la mentira. Y como afirma Rossana Reguillo, eso es fruto, en gran medida, de un modelo comunicativo que se niega a morir: el sistema vertical, de los grandes centros de poder y de saber, que se rebela, en el vértigo de las *fake news*, contra el nuevo poder comunicativo del ciudadano.

Gracias a estos esfuerzos, varias organizaciones se felicitan por haber obtenido importantes impactos sobre su misión en relación con el territorio y la cohesión social. Entre ellos destacan la emergencia de liderazgos locales, la mayor y más profunda contextualización y conocimiento de cada espacio territorial y su control, las veedurías ciudadanas sobre la aplicación de las políticas públicas, el aporte en el desarrollo de la infancia y adolescencia y el reconocimiento de la participación en la construcción de lo público.

El aporte a la articulación y la protección territorial también obtiene logros en el desarrollo de la memoria colectiva. De hecho, tiene más que ver con lo proxémico que con lo tecnológico. Para muchos de estos medios comunitarios el fortalecimiento identitario es un principio de acción que se maximiza en el intercambio presencial. Los medios comunitarios son medios de puertas adentro, en los que hay que creer y de los que hay que apropiarse para que sean capaces de generar diálogo social. Son medios, en muchos casos, andariegos, y esa es una misión territorial irremplazable.

Esperemos que la socialización de las apuestas y experiencias de los colectivos incluidos en este ejercicio sean inspiración y apoyo para todos los audaces medios comunitarios de Colombia.

Bibliografía

- Agurto, Jorge, y Mescoco, Yahve. (2012).** *La comunicación indígena como dinamizadora de la comunicación para el cambio social*. Ponencia presentada en Congreso de Comunicación ALAIC, Montevideo. http://servindi.org/pdf/ALAIC_comunicaciónindigena2012.pdf
- Almendra, Vilma. (2010).** *Encontrar la palabra perfecta: experiencia del tejido de comunicación del pueblo Nasa en Colombia*. Bogotá: Pre-textos.
- Dutta, Soumitra, y Mia, Irene (Eds.). (2010).** *The Global Information Technology Report 2009–2010 Ginebra*: World economic Forum.
- González Lorenzo, Eva María. (2009).** *Nuevas Fórmulas, nuevos medios: La comunicación de los pueblos indígenas andinos*. Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Tenerife: Universidad de la Laguna.
- González Tanco, Eva. (2016).** *Identidad y empoderamiento para “liberar la palabra.” Construcción de un sistema de comunicación indígena en los pueblos originarios del Cauca, Colombia*. Doctoral Thesis. Universidad Complutense de Madrid, España.
- Gutiérrez Rodríguez, Julia (2018).** *Emisora comunitaria Suba al Aire, una experiencia participativa e incluyente en Bogotá*. Tesis de Maestría, Universidad Santo Tomás. Bogotá.
- ITU (Ed.). (2002).** *World Telecommunication Development Report 2002*. International Telecommunication Union.
- Mastrini, Guillermo. (2013).** *Medios públicos y derecho a la comunicación*. En Mastrini, G.; Bizberge, A. y De Charras, D. (eds.). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía. Pág. 53-74
- MINTIC (2019).** *Audiencia Pliegos Emisoras Comunitarias*. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=2524&v=K1P7vRMfF70
- OBSERVACOM (2017).** *Libertad a medias. La regulación de los medios comunitarios en América Latina y su compatibilidad con los estándares interamericanos de libertad de expresión*. Montevideo: Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia.
- Polanco, Gerylee, y Aguilera, Camilo. (2011).** *Luchas de representación. Prácticas, procesos y sentidos audiovisuales colectivos en el sur-occidente colombiano*. Cali: Universidad del Valle.

Sentidos de formación

CAPÍTULO 3

Este eje de reflexión aborda aspectos relacionados con los procesos de fortalecimiento de capacidades y técnicas, algunas de gestión y otras ciudadanas, que desarrollan los colectivos de comunicación con el objetivo de consolidar y potenciar sus acciones y apuestas comunicativas, culturales y políticas en el territorio.

Tres artículos muestran una mirada local y nacional de los colectivos, a través de una experiencia particular de cine y video comunitario, una reflexión sobre los procesos de formación que fomentan la ciudadanía y la participación de la niñez, y un diálogo abierto que, a partir de diferentes experiencias, analiza la comunicación hecha con la gente en los territorios para aportar a procesos democráticos. La práctica, la investigación y el reconocimiento de estos procesos locales dialogan para entregar nuevos insumos que enriquezcan la reflexión.

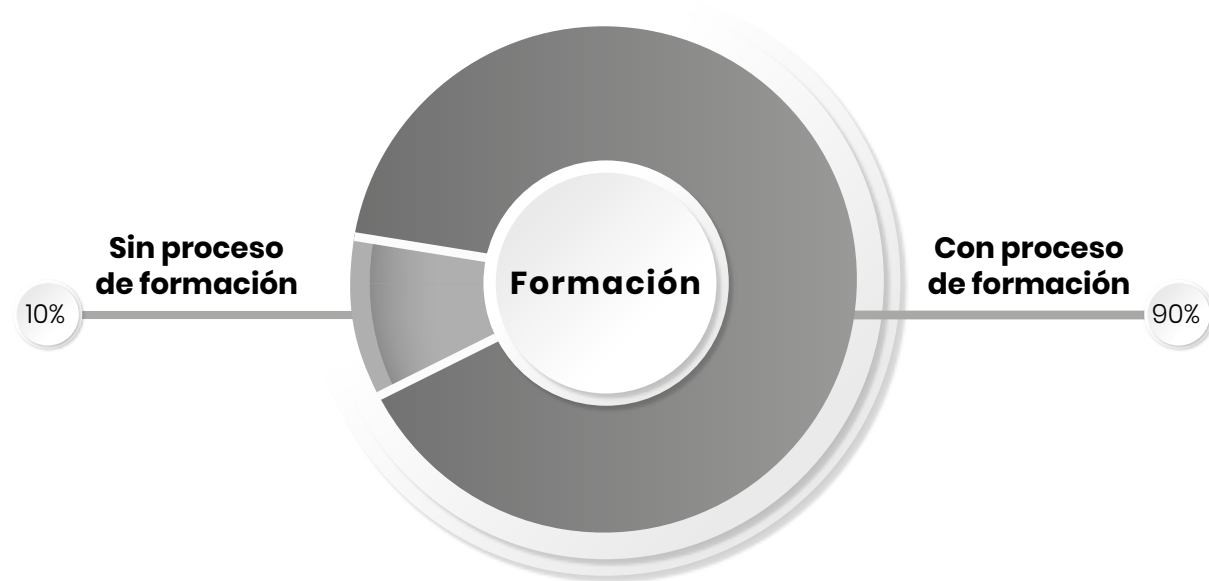
Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al Sancocho, Ciudad Bolívar, fue escrito por Daniel Bejarano y Alba Yaneth Gallego Betancur, fundadores y coordinadores de la Escuela. En él contextualizan los orígenes, sentidos y apuestas de esta experiencia, al tiempo que reflexionan acerca de los principales aspectos que sustentan el proyecto comunicativo en lo conceptual, pedagógico y metodológico. Asimismo, dan pistas de su hacer y de los impactos que el cine y el video comunitario tienen en los territorios donde se consolidan.

Los colectivos de comunicación como espacios de participación y ejercicio de la ciudadanía de la niñez fue escrito por John Sánchez Castiblanco, Coordinador del Proyecto Comunicación Cultural, Niñez y Juventud de la Dirección de Comunicaciones de Ministerio de Cultura. El autor plantea una reflexión acerca de la participación de la niñez en las experiencias locales de comunicación, la contribución de los procesos en la construcción de ciudadanía, la apropiación de los temas por parte de los involucrados y la relación de los procesos de fortalecimiento con los entornos cercanos. Lo anterior surge de un diálogo que relaciona los resultados del recorrido realizado por los veinte colectivos de comunicación y las acciones, procesos y resultados del Proyecto Comunicación Cultural, Niñez y Juventud, del Ministerio de Cultura.

Comunicación desde el territorio, con la gente y por la democracia fue escrito por Omar Rincón, profesor asociado del Centro de Estudios en Periodismo de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de los Andes y director de FES Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert para América Latina. En él, el autor reflexiona acerca de la comunicación hecha desde los territorios, una comunicación que cuenta y narra para repensar los imaginarios sociales, potenciar la democracia, diversificar las narrativas, las estéticas y los formatos. Una comunicación propia, contada a partir de

manifiestos que el autor ha creado e inspirado en las veinte experiencias que visitó el Ministerio de Cultura y otras que él ha recorrido escuchando, dialogando con comunidades indígenas, afros, urbanas y rurales en lugares diversos del territorio nacional.

EN CIFRAS

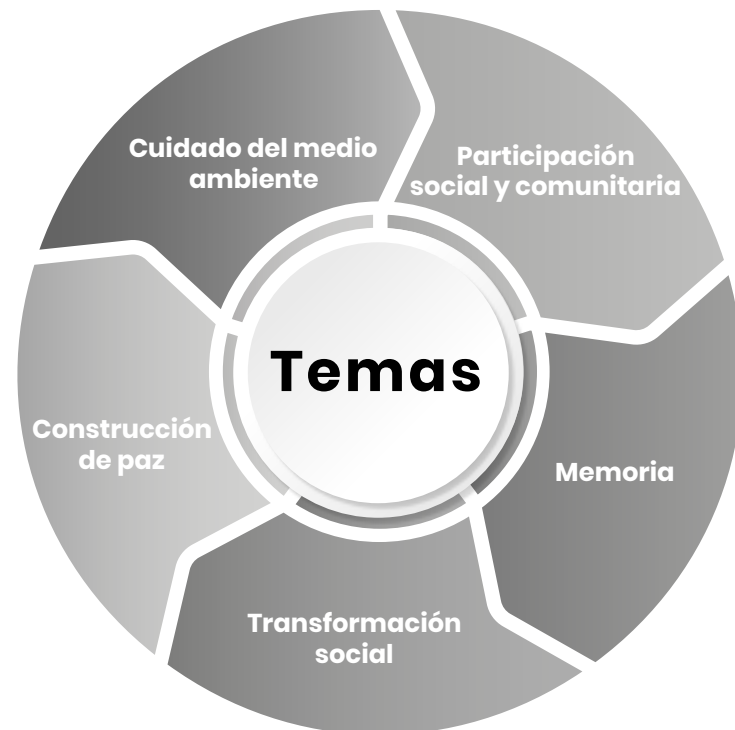


Formación

De las veinte experiencias de comunicación local visitadas en el marco del estado de la cuestión del Ministerio de Cultura, 18 desarrollan procesos de formación con los integrantes de los colectivos y con actores externos que se vinculan según procesos o actividades puntuales.

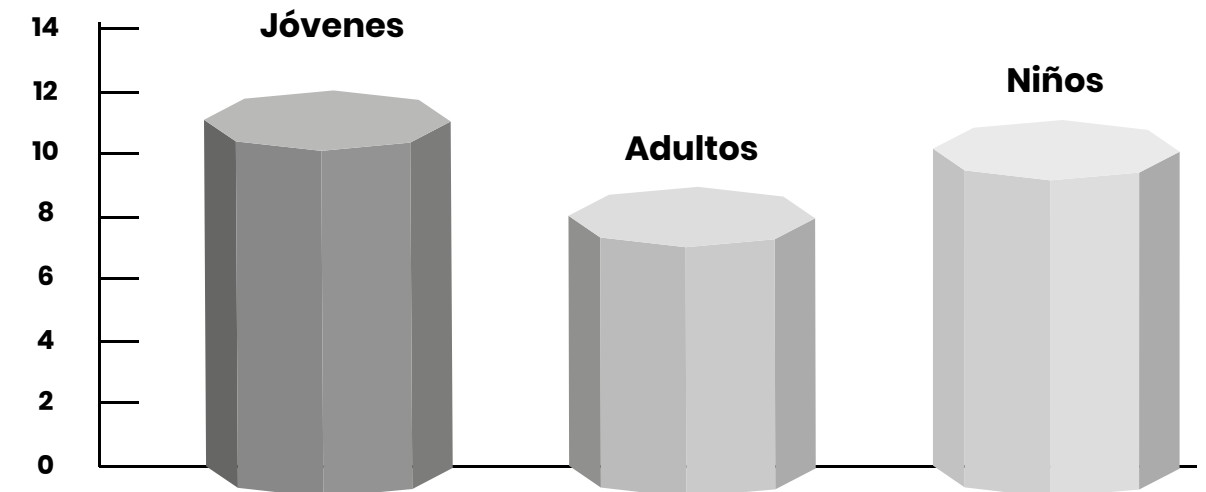
Temas

Los principales temas de fortalecimiento de capacidades de los colectivos están relacionados con participación social y comunitaria, construcción de paz, memoria, cuidado del medio ambiente y transformación social. Otras temáticas están relacionadas con producción y posproducción radial y audiovisual, derechos humanos, cosmovisión indígena, saberes ancestrales y patrimonio cultural.



Población

Los principales grupos que participan en los procesos de fortalecimiento de capacidades que realizan los colectivos de comunicación son jóvenes, niños y adultos. En doce de los colectivos visitados se realizan procesos de formación con jóvenes; en once, con niños, niñas y adolescentes, y en nueve, con adultos.



Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al Sancocho, Ciudad Bolívar

Por: Daniel Bejarano – Alba Yaneth Gallego Betancur |

“El cine no cambia la realidad, pero tiene el potencial de incluir lo excluido, de visualizar lo invisible, de recordar lo olvidado, de dar imágenes y palabras a los que no las tienen... y eso es el principal cambio”

Stefan Kaspar

En 2007 se creó la Escuela EKO Audiovisual Infantil, hoy Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al sancocho, que se ha caracterizado por ser itinerante, abierta, constante, extraescolar; así como por no depender de espacios físicos y tecnológicos para la continuidad de sus procesos. Esta idea nació como una alternativa de educación audiovisual dirigida a niños, niñas y jóvenes de la localidad de Ciudad Bolívar, en Bogotá, especialmente en barrios con altos niveles de violencia y pobreza. Se ha sostenido por medio del voluntariado de talleristas y formadores locales, nacionales e internacionales, pero también de la financiación a través de convocatorias públicas y privadas, apoyo de

organizaciones y aliados estratégicos que prestan espacios físicos para realizar las actividades.

De la escuela de cine han surgido dos importantes iniciativas para el sector audiovisual comunitario en América latina: el Festival Internacional de Cine y Video Alternativo y Comunitario Ojo al Sancocho (2008), y la sala de cine de comunitaria Potocine (2017) (Eko, 2011).

Nos centramos en el cine por la posibilidad que da y el modo en que abarca las siete artes, el arte entendido como la expresión natural que desarrolla la capacidad y la habilidad del ser, desde su pensar y su sentir (Le Breton, 2010).



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Esta formación basada en elementos artísticos permite el aprendizaje de conocimientos y de su formación como ser humano, es lo que facilita a los participantes recuperar la autoestima, valorar y defender lo que son, lo que quieren ser y hacer, pues en la medida que tengan autonomía van adquiriendo una comprensión del medio que lo rodea e identidad personal. En este sentido, para que las palabras y el ser fluyan se necesita crear las condiciones de un ambiente seguro, donde no haya recriminación, ni juzgamiento (Restrepo, 1994), donde todo es válido y todo lo que sucede importa porque habla de realidades en común (Le Breton, 2007). Un espacio para dialogar, reflexionar y pensarse continuamente a partir del encuentro con otros y otras (Maturana, 2007). Esto es el resultado de la formación; el arte permite realizar este aprendizaje crítico y reflexivo, por ser un elemento que facilita que sean los participantes quienes construyen y descubren sus capacidades. Según Platón, “el arte

realmente no existe, tan solo hay artistas” (Ferrater Mora, 1986, Págs. 142-143).

Esta metodología del cine y video comunitario nos ha permitido encontrar no solo mucha riqueza cultural, sino también seres humanos muy inteligentes y con capacidades artísticas innatas. Por lo anterior, la escuela de Ojo al Sancocho tiene como objetivo principal incidir para que los participantes puedan, desde temprana edad, desarrollar su proyecto de vida (no queremos que vean solo el audiovisual como única opción, sino que puedan tener herramientas para fortalecer sus ideales y sueños). Por el contrario, queremos que crean en un mundo de las posibilidades pensado desde sí mismos, es decir, pretendemos promover aprendizajes significativos desde metodologías participativas, como ejercicio de construcción colectiva e integral del conocimiento desarrollado en los saberes y las experiencias adquiridas desde las realidades, los territorios y contextos de los/as participantes. Se

trata, entonces, de un aprendizaje que permite la exploración, creación y análisis de contenidos audiovisuales, no solo para comunicar desde lenguajes propios y reconocer el territorio real y simbólico, sino para contribuir a cambios positivos en la percepción de las comunidades, porque en diversos escenarios políticos, económicos y culturales, las niñas, niños y jóvenes son excluidos y marginados de las decisiones que los involucran directamente. Mientras que los llamados a garantizar su protección los dejan de lado, las pandillas, grupos armados, redes de tráfico, entre otros, los vinculan a sus dinámicas; estos sectores saben perfectamente cómo utilizarlos en pro de sus intereses, a lo cual se suma el hecho de que existen familias y comunidades que ignoran el potencial que hay en cada niña, niño y joven.

Apague ese aparato (la televisión) que eso come luz, ¡caramba!”. Esa expresión origina normalmente un altercado que termina en la discordia de dos o más miembros del hogar, centralizada en el disgusto del esposo hambriento al tardar su almuerzo en llegar, que a su vez sentencia a su esposa gritándole: “¡Ay! ¿A usted quién la manda a poner a ayudar al niño, ¿no ve que hasta ahora tiene ocho años? –Usted es la que tiene que lavar la loza, hacer de comer, barrer, trapear, lavarme el uniforme, los chiros...ni siquiera me ha servido el almuerzo.” Esas palabras despertaron la indignación de la mujer, que le contestó: “¡Es que yo no soy una mesera! –No, no, no. Yo soy su esposa y la mamá de su hijo”. Con su respuesta hizo caer en cuenta, tanto al esposo (en la diégesis), como al espectador, del mal arraigado en la sociedad (...) Este caso¹, en el plano de lo real, no es más que una muestra fehaciente de una realidad nada ajena a la propia, que convierte al relato -que en imagen es “una mentira”- en una narración

totalmente verosímil, con un mensaje directo y que habla de una forma de violencia”

Con el fin de explorar las problemáticas que se tienen desde lo individual, el barrio, la comunidad y el país, se busca, por un lado, que los participantes se autorreconozcan, que dejen el temor de pensar diferente, de pensarse y soñarse en



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

grande. Por otro, que refuercen la capacidad de gestionar soluciones a los problemas y se reduzca, en consecuencia, la violencia intrafamiliar, lo que redundará, a su vez, en mayores niveles de autoestima, al tiempo que promueve, a través del audiovisual, una vida más digna y solidaria. En este proceso de aprendizaje se reconoce a cada individuo como un sujeto multidimensional, y con ello

se contribuye a que este mejore sus relaciones y actitudes interpersonales y comunitarias. Por ello, se promueve escuchar, tolerar, comprender y respetar la autonomía... a través del reconocimiento, la diversidad y la alteridad.

Algunos de los contextos donde se ha desarrollado la experiencia son: la violencia en el

medios ciudadanos, además de los cambios constantes en las políticas públicas.

Postulados y conceptos del cine comunitario

Los colectivos de cine comunitario en América latina consideramos que el cine comunitario y el video participativo constituyen un todo integrado, una microcadena productiva a la que conforman, a su vez, diferentes procesos: la formación, la difusión-programación-exhibición-de cineforos, el trabajo en red, la gestión comunitaria, los servicios audiovisuales y los encuentros de saberes, entre otros. Todo ello para alcanzar la sostenibilidad, para el buen vivir, para el impacto de cambio, para la construcción social del territorio, para avanzar hacia una cultura democrática, una cultura de paz.

En este sentido, compartimos algunos conceptos que permiten comprender mejor la Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al Sancocho. Estos fueron recopilados en el 2013 por Sabina Paz Álvarez Saenger¹, a partir de varias entrevistas, discusiones, debates, encuentros y momentos con la experiencia “Ojo al sancocho” y otras del cine comunitario en América latina, por lo tanto, consideramos que son definiciones colectivas.

¿Qué es comunidad? Para nosotros, sujetos que conviven en un mismo espacio, que aunque pueden hacer parte de diferentes culturas, comparten características comunes y se relacionan entre sí. Por ejemplo, comparten algunas creencias y tradiciones, además de problemáticas que buscan resolver en su diario vivir.

territorio, los cambios tecnológicos, la necesidad de democratizar el audiovisual desde las periferias, el entorno político y cultural, el papel de los medios tradicionales y la llegada de los nuevos

¹ Comunicadora Social, Universidad del Pacífico Santiago de Chile. Investigación de tesis de Grado sobre el Cine Comunitario en América Latina.

A la identidad, por su parte, la entendemos como la forma en que nos definimos como personas y/o, como colectivo. La identidad surge por la convergencia de una historia, una raíz cultural propia, por el sentido de pertenencia a un territorio y unos valores comunes, como la autoestima y el liderazgo, además de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

La idea de colectivo es semejante a un “grupo” de sujetos de una comunidad que, organizándose de forma horizontal y democrática, se unen para realizar sueños, objetivos y proyectos en pro de un bien común.

Definir la comunicación comunitaria y/o participativa ha sido uno de los dilemas más difíciles, porque en casi todos los colectivos existen diversas definiciones. Por lo tanto, comparto una reflexión aproximada, a lo que puede ser: una manera práctica de realizar el trabajo de comunicación en terreno que, por una parte, incorpora a los representantes de las comunidades (coordinación, facilitación), de manera tal que se marca una diferenciación de las dinámicas y alternativas en

el trabajo de comunicación, y por la otra, reinventa lenguajes y expresa el pensamiento y el sentir de los integrantes de la comunidad.

Uno de los objetivos fundamentales de la experiencia “Escuela Popular de de Cine y Video Comunitario Ojo al sancocho” es promover la democratización de lo audiovisual. En otras palabras, la escuela busca hacer asequible un medio que muchas veces se ve distante para aquellos que no cuentan con los recursos necesarios, que este deje de ser un espacio cerrado, manipulado, realizado, explotado y explorado por unos pocos.

En ese mismo sentido, consideramos que la memoria, un elemento importantísimo dentro del cine comunitario, es aquella facultad del ser humano de recordar sus sucesos pasados, sean estos buenos o malos, e interpretarlos desde un enfoque cultural propio, que le permita despertar procesos de identidad y reconocimiento personal, entre otros. Además, la memoria hace posibles algunos aprendizajes, al volver a la cultura que tenían los antepasados, y da fortaleza ante la modernidad.

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



Al territorio siempre lo hemos apreciado como un espacio geográfico determinado, donde confluyen diferentes culturas, creencias, personas, animales y naturaleza, y donde se desarrollan distintos procesos organizativos. Trasciende a la geografía e incluye su apropiación cultural.

A las acciones comunicativas las definimos como la posibilidad de tejer comunidad, pero también de denunciar lo que pasa en ellas a través de unos medios y/o desde un aparato tecnológico. Todo esto permite lograr objetivos para la sustentabilidad de las experiencias en todas sus formas.

Por último, la sustentabilidad es para nosotros aquella capacidad de gestión autónoma, es decir, las maneras, estrategias o ideas que se tienen para cumplir los objetivos de un colectivo: ¿qué podemos hacer para mantener activo el proceso que ya tenemos?

Enfoque pedagógico

“ El hombre llega a ser sujeto mediante una reflexión sobre su situación, sobre su ambiente concreto, mientras más reflexiona sobre esto, más “emerge” plenamente consciente, comprometido, dispuesto a intervenir respecto a su realidad, para cambiarla”.

Paulo Freire

La experiencia nos ha demostrado que esta metodología puede ser aplicada a cualquier edad, que no solo beneficia a los niños, niñas y jóvenes, sino también a adultos, adultos mayores y población afro, campesinos, indígenas, LGBTI... en sí, a todos los que quieren expresar su mirada

de la vida, sus sueños, sus inquietudes y preguntas sobre su realidad, a través del cine y el vídeo comunitario. Además, no es solo aplicable a sectores periféricos o del sur. Con estos hallazgos vimos la necesidad de que la metodología, siempre permitiera la creación colectiva entre participantesⁱⁱ y facilitadoresⁱⁱⁱ, que conlleve a todos a participar activamente de la enseñanza-aprendizaje, que sea flexible y que tenga presente el intercambio de saberes intergeneracional e interculturalidad. Este proceso pedagógico se orienta a despertar talentos, transformando a personas capaces de vivir en paz y armonía consigo mismos, con su entorno social y espiritual; es decir, a permitir, a través del arte, una formación que les posibilite un alto desarrollo para expresarse.

Basamos esta propuesta a partir de los principios del cine y video comunitario², tal como lo plantea Alfonso Gumucio:

El cine y audiovisual comunitarios son expresión de comunicación, expresión artística y expresión política. Nace en la mayoría de los casos de la necesidad de comunicar sin intermediarios, de hacerlo en un lenguaje propio que no ha sido predeterminado por otros ya existentes, y pretende cumplir en la sociedad la función de representar políticamente a colectividades marginadas, poco representadas o ignoradas. (Gumucio, 2014, 18).

Por eso consideramos que la Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al Sancocho propicia espacios de pedagogía activa, participativa, crítica, popular y humanista, en los que no solo pretende la formación de artistas, sino también la de personas que buscan de forma proactiva una verdadera transformación social. A través de la creación audiovisual se aborda el

² Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano; (2014). El Cine Comunitario de América Latina y el Caribe, Bogotá: Documento No. 14 - Fundación Friedrich Ebert Stiftung - C3. Pág 18.

cuerpo, el juego, el territorio y la creación como elementos desde los cuales transcurre el encuentro formativo y que conlleva al conocimiento de sí mismo y la apropiación del proyecto de vida personal, no solo en el entorno al audiovisual, sino en lo todo aquello que los haga realmente felices.

Fundamentación metodológica

Existen muchas formas de facilitar el aprendizaje. En cierta medida, parte de la formación constante e innovadora de los facilitadores y de las estrategias pedagógicas que se utilizan para el aprendizaje derivan de un mayor interés por generar una formación integral y con conciencia. Hay que tener en cuenta que en todos los métodos se vale lo teórico y lo práctico, pero la intensidad de uno y otro componente es lo que marca la diferencia. En la Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al Sancocho se intensifica lo práctico, y se relaciona todo con el cine y video comunitario como un elemento pedagógico que tiene relación con el desarrollo de ser personal, social y crítico.

La metodología del cine y video comunitario permite que los niños, niñas y jóvenes, adultos, adultos mayores y población afro, campesinos, indígenas, LGBTI, entre otros, sean los protagonistas. A través de talleres lúdico-prácticos, se da la apropiación de saberes para “aprender haciendo”; por ejemplo “todos nos grabamos, todos nos vemos^{iv}”. Con un eje transversal claro, la construcción de sí mismos, se permite que reconozcan su cuerpo como primer territorio, y este como elemento de comunicación y fortalecimiento de los saberes propios. Se invita siempre al conocimiento y reconocimiento del territorio

físico como protagonista de sus historias porque es el lugar donde su vida se desarrolla y se relaciona con todo lo que implica la comunidad. El inicio de la escuela fue con la praxis; después, nos acercamos a referentes teóricos para comprender el quehacer del cine comunitario. A continuación se mencionan algunos de estos referentes:

Está orientada hacia un cine responsable, inmerso en lo cotidiano, con personajes auténticos y con la experiencia social compartida de todos los días, pues es allí donde se encuentran las bases de nuestra estética y de nuestros conceptos. La metodología, por su parte, consiste en un conjunto de técnicas que buscan lograr la participación de un grupo de personas o comunidad en el diseño y la creación de su propia película. Dichas técnicas congregan a la comunidad para que analicen distintos asuntos y expresen sus preocupaciones o, simplemente, para que sean creativos y cuenten sus historias (Grupo Chaski, 2009).

Los videos participativos son una herramienta para lograr cambios positivos en la sociedad; otorgan sentido de empoderamiento a los sectores marginados y alientan a las personas y a sus comunidades a asumir el control sobre su destino. Los videos participativos existen desde hace más de treinta años y hoy en día despiertan un renovado interés (Lunch, 2006).

Somos seres biológicamente amorosos; como un rasgo de nuestra historia evolutiva, el amor ha sido la emoción central conservada en la historia evolutiva, que nos dio origen desde hace unos cinco millones de años. Los niños –también los adultos– se enferman cuando se les priva del amor como la emoción fundamental, en la cual transcurre su existencia relacional con otros y con

ellos mismos. La carencia afectiva produce niños con trastornos conductuales (ansiedad, agresividad, falta de interés, desmotivación, inseguridad y tristeza, entre otros). Hay un proceso de maduración en el cual el ser humano está adquiriendo del ambiente y de la genética una forma de comunicación de expresión de interpretación

persona que nos permita entender y sentir lo que estamos tratando; plantea que los verdaderos aprendizajes se logran a partir de vivencias emocionales en torno a lo que se enseña y/o aprende. En este sentido, se propone el desarrollo de procesos pedagógicos a partir del ciclo emoción, acción, razón; es decir que los procesos de aprendizaje inicien por la vivencia emocional, para luego reflexionar personal y colectivamente, y cerrar con la teoría y la contextualización de los conceptos (Domínguez y García, 2003 Pág. 10).

Nuestras actividades hacen énfasis en la construcción de historias, fantásticas o reales, pero sobre todo, historias de vida: sobre la familia, los amigos, la identidad, el barrio, el país, el planeta, los sueños o los sentimientos. Esto, con el fin de invitar constantemente a los participantes a crear y hacer del audiovisual una herramienta que les permita desde sus propias voces contar y contarse a ellos mismos y a sus pares, comunicar sus sueños, expectativas e ideas de vida, y que, además, les permita aprender y desarrollarse como sujetos de derechos, activos y críticos.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

(Maturana, 1995).

El enfoque socioafectivo consiste en vivenciar en la propia piel la situación que se quiere trabajar, para así tener una experiencia en primera

Así, el proceso también busca crear vínculos con las familias, que también se convierten en sujetos importantes del proceso pedagógico, un ejemplo de ello es su participación en algunas clases y rodajes. Las familias se involucran y ayudan al logro del objetivo,

por ejemplo prestando sus casas como locaciones, proporcionando insumos de utilería y, en la mayoría de los casos, participando como extras, productores y hasta guionistas. Esta confianza se ha logrado también a partir del encuentro en espacios informales por la calle así como en otros lugares de comunicación que van más allá de la relación de enseñanza. Hemos podido romper ciertas formalidades que se podrían cuestionar en los modelos pedagógicos convencionales; sin embargo, esto ha posibilitado no solo la participación, sino el que al final intentemos convertirnos en coequiperos para el desarrollo y formación del cine y video comunitario.

Impactos

Esta metodología de cine y video comunitario, permite que poblaciones de las periferias y de los barrios más apartados de Latinoamérica y el mundo busquen un espacio de representación de sus problemáticas y vivencias, que parten de la necesidad de hacer algo positivo por su comunidad, de participar activamente en calidad de ciudadanos que tienen algo que decir al resto de la sociedad. Se trata de una metodología replicable; por mencionar un caso específico, el Laboratorio de Cine y Audiovisual Comunitario Ojo Semilla. En palabras del Churo comunicación^v "Ojo Semilla es una semilla de Ojo al Sancocho"; esta réplica es autónoma y se plantea teniendo en cuenta las particularidades de cada uno de los contextos. Es viable replicarla no solo porque los procesos de formación y la organización comunitaria se han convertido en una manera de dar solución a problemáticas, sino también porque permite posicionar en el debate público historias, causas, realidades y necesidades locales.

El cine y video comunitario, sin duda, fortalecen la construcción de capital social de nuevas ciudadanías como estrategia fundamental para la garantía de derechos

humanos y derechos culturales, de manera que todos puedan optar libremente por caminos que les permitan su desarrollo humano. Ello facilita una relación más de identidad con sus entornos, al tiempo que disminuye la violencia en el núcleo familiar y en los territorios, con un impacto no solo local, sino nacional e internacional. Además, visibiliza la importancia de resaltar y promover las culturas locales y de convivir en espacio de diálogo intercultural, como un ejercicio de expresión para la construcción de convivencia, democracia cultura y construcción de paz.

Reconociendo el gran impacto que tiene el cine y video comunitario, siempre hemos construido y promovido la escuela gratuita y libre para todos, especialmente para aquellas personas y comunidades que no tienen posibilidades económicas para acceder a los medios de producción, expresión y comunicación. Cabe destacar también que no valdría la pena entregar cámaras y equipos de producción a los participantes si no se les dieran herramientas conceptuales y artísticas desde el ámbito académico, que involucre las pedagogías activa, participativa, crítica, popular y humanista, y que apunte a la transformación social y cultural. Así se crea no solo un público más crítico y reflexivo, sino unos realizadores locales más conscientes y sensibles frente a las realidades de sus entornos, del país y del mundo.

Bibliografía

- Carballo Villagra, P., Zaylín Brito, L., Lorenzo Chávez, K., Masi, A., del Granado Cosío, T., Larrea, M. d., ... Gadotti, M. (2008). *Paulo Freire, contribuciones para la pedagogía*. Buenos Aires. doi: 978-987-1183-81-4
- Churo, C. E. (29 de 11 de 2019). *El churo*. Obtenido de www.elchuro.org: www.elchuro.org
- Domínguez, R y García, S. (2003). *Introducción a la Teoría del Conflicto en las Organizaciones*, Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Obtenido de https://www.academia.edu/8139509/Introduccion%3%B3n_a_la_Teor%C3%ADa_del_Conflicto_en_las_Organizaciones
- Eko, E. (Dirección). (2011). *El niño resabiado* [Película].
- Ferrater Mora, J. (1986). *Diccionario Filosófico*. Barcelona: Ariel.
- Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano. (2014). *El cine comunitario de América latina y el caribe*. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert Stiftung C3.
- Grupo Chaski. (26 de 11 de 2009). <http://www.grupochaski.org/nuestra-historia>. Obtenido de <http://www.grupochaski.org/nuestra-historia>
- Le Breton, D. (2007). *El sabor del mundo, antropología de los sentidos*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión SAIC.
- Le Breton, D. (2010). *Cuerpo Sensible, aprender a través del cuerpo, de los sentidos a los sentidos*. Santiago de Chile: Metales pesados.
- Lunch C. Nick,. (02 de 2006). *Una mirada al video Participativo*. Manual para actividades de Campo. Reino Unido: InsightShare. Obtenido de https://issuu.com/insightshare/docs/insights_into_participatory_video_-_722a-87cb7e42bb
- Maturana, H. (1995). *Emociones y lenguaje en educación y política*. Santiago: Dolmen.
- Maturana, H. (2007). *Transformación de la convivencia. La Biología del amor*. Santiago de Chile: Comunicaciones Noreste Ltda.
- Quintar, E., Guelman, A., Salazar, M., & Cabaluz, F. (2018). *Educación popular y pedagogías críticas en América Latina y el Caribe: corrientes emancipadoras para la educación pública del Siglo XXI*. Buenos Aires: Clacso. Obtenido de http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20181113022418/Educacion_popular.pdf
- Red de cine comunitario y el Caribe. (15 de marzo de 2017). *Cine Comunitario de América latina y el Caribe*. Obtenido de <https://cinecomunitarioenr.wixsite.com/cinecomunitario/criticas>
- Restrepo, L. C. (1994). *El derecho a la ternura*. Bogotá: Arango Editores.

ⁱ Aparte de un análisis de discurso que realiza un estudiante de periodismo de la Universidad de Palermo (Argentina), sobre "El niño resabiado" uno de los videos más populares de la Escuela Popular de Cine y Video Comunitario Ojo al sancocho.

ⁱⁱ Término apropiado colectivamente para referirnos a quienes se acercan para hacer parte de la escuela; no es posible concebirlos según la institucionalidad como beneficiarios, porque dentro de este proceso de formación todos nos beneficiamos, todos aprendemos y todos nos transformamos.

ⁱⁱⁱ Término apropiado por el proceso para referirnos a los docentes o educadores.

^{iv} Actividad lúdico-teórica propia del Cine Comunitario.

^v El Churo es un colectivo de jóvenes que desde 2005 gestiona, impulsa y sostiene proyectos culturales y de comunicación ciudadana y comunitaria, con énfasis en jóvenes. Hacemos: promoción de derechos, interculturalidad, construcción política juvenil y diversidades culturales; todo desde la producción de programas y productos radiales, la gestión de festivales artísticos, conversatorios, cine foros, talleres educativos de organización juvenil, participación y comunicación, a través del ejercicio de los DDHH, que involucra a organizaciones sociales, organizaciones juveniles y culturas juveniles. www.elchuro.org.

Los colectivos de comunicación como espacios de participación y ejercicio de la ciudadanía de la niñez

Por: John Sánchez Castiblanco¹ |

Formación que fomenta la participación

Una de las apuestas que caracteriza a un gran número de colectivos de comunicación en Colombia es su interés por desarrollar procesos de formación dirigidos a niños. La Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura confirma lo anterior mediante el estado del arte que realizó para tener una visión actualizada y cercana sobre las maneras de gestionar, producir e incidir que tienen estas organizaciones comunitarias, donde la mayoría de los colectivos de comunicación visitados mostró su interés por desarrollar procesos de formación con y para la niñez.

A lo anterior se suma una característica importante: los colectivos no solo posibilitan

una alfabetización mediática —que es de obvia importancia ante la diversidad de opciones de consumo y producción de contenidos a los que la niñez tiene acceso—, sino que además buscan que los niños apropien conceptos vitales para su expresión, visibilización e incidencia social y cultural.

El estado del arte realizado por el Ministerio de Cultura aportó bases para comprender las metodologías, los énfasis y los aprendizajes que los colectivos de comunicación están implementando en sus procesos de formación dirigidos a niños; de este modo, se ofreció una valiosa oportunidad para analizar y reflexionar sobre uno de los temas que desde hace varios años ha atraído el interés de teóricos, expertos y personas que inciden en políticas o acciones para este grupo poblacional: la participación de la niñez y su validación como ciudadanos que pueden y

¹ John Sánchez Castiblanco es doctor en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo de la Universidad Complutense de Madrid. Tiene experiencia en la producción de contenidos comunicativos dirigidos a la niñez y en el diseño e implementación de proyectos de comunicación participativa con niñez y juventud.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

deben incidir en las situaciones o temas que los involucran.

Con base en la anterior, surgen distintas preguntas: ¿de qué manera los colectivos de comunicación están contribuyendo a la construcción de ciudadanía de la niñez en Colombia?, ¿cómo se apropian los niños de los temas trabajados en estos procesos de formación?, ¿de qué manera la participación de la niñez se manifiesta en los mismos colectivos de comunicación?, ¿de qué manera estos procesos de formación podrían entrar en conflicto con las relaciones ya establecidas en los entornos cercanos de los niños y las niñas?

Estas preguntas son puntos de partida para reflexionar sobre los procesos de formación de los colectivos de comunicación, desde los que se quiere dar cuenta de los hallazgos y aprendizajes que estos describen; por otro lado, estas preguntas sirven para proponer posibles líneas de trabajo que permitan fortalecer la participación

de la niñez en la esfera pública mediante el reconocimiento de sus maneras de relacionarse y expresarse.

Para finalizar esta introducción, es necesario mencionar una iniciativa que quiere sumarse al grupo de 20 colectivos de comunicación que hicieron parte de la caracterización en la que se basa esta reflexión: el Proyecto de Comunicación Cultural y Niñez denominado *Alharaca*, que desde el 2013 viene desarrollando la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura. Esta es una estrategia que busca que los niños de diferentes lugares del país descubran a través de la creación de contenidos comunicativos y artísticos que pueden opinar, indagar, proponer e —idealmente— movilizar a sus comunidades en torno a temas que consideren importantes. El objetivo es que descubran que participar es necesario y divertido, como también que los adultos que hacen parte de sus contextos cercanos reconozcan y validen su agencia social y cultural.



En la práctica, *Alharaca* se implementa de forma similar al trabajo que los colectivos de comunicación desarrollan durante sus procesos de formación: son talleres de creación y producción de contenidos comunicativos realizados por los niños, que —además de la creación de piezas textuales, gráficas, audiovisuales o sonoras sobre un tema que los niños consideren importante— hacen énfasis en el desarrollo de sus capacidades para participar y ejercer su ciudadanía; también procuran el reconocimiento y validación de sus madres, padres, cuidadores y docentes a través de socializaciones de las producciones realizadas. Estas últimas son la excusa para motivar el diálogo intergeneracional de la manera más horizontal posible y promover, de acuerdo con las condiciones del entorno, la movilización de las comunidades alrededor de los temas o situaciones propuestas por los niños².

La niñez que participa y ejerce su ciudadanía

Para iniciar la reflexión, es adecuado comenzar por la importancia de los colectivos de comunicación al crear espacios de participación y ejercicio de la ciudadanía para los niños de zonas donde las posibilidades de incidencia y agencia social son muy difíciles o inexistentes, sobre todo porque son territorios que enfrentan diferentes problemáticas que complican aún más el ejercicio de la ciudadanía, no solo para la niñez, sino para la población en general. De esta manera, se descubre otra característica de los colectivos de comunicación incluidos en la investigación realizada: todos se ubican en zonas donde sobresalen la marginalidad y las vulneraciones sociales y culturales.

Lo anterior es importante porque **en el trabajo que desarrollan los colectivos de comunicación se concretan todas las teorías y propuestas conceptuales sobre la participación y la ciudadanía de la niñez; en estos espacios de formación, los niños desarrollan sus capacidades para participar y ejercer su ciudadanía.** Esto último



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

no implica que los colectivos de comunicación sean el único escenario en donde esto es posible; hay algunas iniciativas públicas como *Alharaca* o iniciativas implementadas por organizaciones del denominado tercer sector que están desarrollando acciones o estrategias que buscan la

participación de la niñez en los diferentes escenarios que hacen parte de la vida de los niños. No obstante, es necesario mencionar que estas propuestas siguen siendo muy pocas en relación con el número de niños que todavía ni siquiera reconocen que tienen unos derechos que les están siendo vulnerados.

niñez, gracias a la Ley de Infancia y Adolescencia de 2006, que pone en sincronía al país con las tendencias sobre la participación de la niñez que desde hace 30 años se establecieron en la Convención sobre los Derechos del Niño, documento del que Colombia fue uno de los primeros firmantes. Específicamente, los muy analizados artículos 12 y 13 de esta Convención³ que hacen referencia directa a la participación de la niñez.

En este punto es necesario mencionar que, en Colombia, pese a la demora en la implementación de políticas y acciones dirigidas a fomentar la participación de la niñez, han existido procesos muy significativos, que desde la comunicación comunitaria desarrollaron estrategias para fomentar la participación efectiva de la niñez; estos procesos, junto con algunos de los colectivos de comunicación con más trayectoria y que hacen parte de la caracterización que sustenta esta reflexión, iniciaron el camino para que ahora la participación y la ciudadanía de la niñez sean temas vigentes. Una de estas iniciativas fue el Proyecto de Comunicación para la Infancia (PCIN). En la década de los noventa, el entonces Ministerio de las Comunicaciones y, luego, el ICBF plantearon algo muy importante para el reconocimiento de los derechos de la niñez colombiana: la relación entre comunicación y niñez.

Este proyecto buscaba contribuir a generar cambios culturales y al diseño de políticas que buscaran el reconocimiento de los niños como sujetos de derecho y que los posicionara en el universo de la comunicación (Soto y Orozco, 2001). A esta tesis se unieron, en esa época, colectivos de comunicación como Línea 21, en los Montes de María, o La Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes, del Caquetá,

Aun así, la idea de la participación de la niñez es algo que en los últimos años ha producido bastantes aportes teóricos desde diferentes ciencias y disciplinas sociales; además, en Colombia ya hay una base jurídica que garantiza la implementación de políticas y acciones dirigidas a promover la participación genuina y efectiva de la

2 Para ampliar la información acerca de la estrategia *Alharaca* y del trabajo que desarrolla el Proyecto de Comunicación Cultural Niñez y Juventud de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, se puede acceder al siguiente enlace: <https://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Paginas/default.aspx>

3 Los artículos 12 y 13 de la Convención de los Derechos del Niño mencionan la importancia de tener en cuenta el derecho a la opinión y a la libre expresión de la niñez, haciendo énfasis en que los adultos también deben respetar estos derechos.

por mencionar algunos que todavía están activos y que hicieron parte del estado del arte ya mencionado.

Este proceso marcó un derrotero importante que, de muchas maneras, configuró la participación de la niñez en el trabajo que, desde ese momento, los colectivos de comunicación vienen desarrollando. El PCIN visibilizó el trabajo que entonces realizaban algunos colectivos en relación con este tema; pero, además, impregnó con su filosofía la implementación de procesos de formación de la niñez en la comunicación participativa.

Por lo tanto, puede decirse que hay un referente muy importante de la comunicación participativa en Colombia para diseñar políticas y estrategias que fomenten la participación de la niñez, que se podría actualizar según las nuevas formas de interacción, producción y consumo de contenidos comunicativos por parte de los niños.

Como varios analistas afirman, actualmente la participación de la niñez está de moda y se ha convertido en una especie de narrativa de muchas instituciones, que no tiene asidero en la realidad: es una propuesta que no ha podido materializar su discurso; es un contenido político que no ha logrado formar parte de nuestra cotidianidad ni asumirse como parte de la identidad de la niñez (Novella, 2012).

Lo anterior muestra la importancia del trabajo que el PCIN desarrolló en su época y del que desde entonces vienen desarrollando los colectivos de comunicación al abrir espacios reales de participación y construcción de ciudadanía de la niñez. De esta manera, han concretado en la práctica un discurso institucional; del que todavía son escasas las acciones que desde el sector público —y mucho menos desde el privado— se

están uniendo a esta labor de los colectivos de comunicación en sus territorios.

La participación de la niñez en los colectivos de comunicación

Luego de reconocer la importancia de los colectivos de comunicación como espacios que posibilitan la participación y, por lo tanto, el ejercicio de la ciudadanía de la niñez es pertinente profundizar la reflexión analizando las dinámicas que se presentan en sus procesos de formación —incluyendo la experiencia de *Alharaca*—, para dar cuenta de cómo, en la práctica cotidiana de estos colectivos, la participación se hace realidad. Se describirán los aprendizajes y retos que las mismas experiencias identifican como importantes durante la implementación.

Se proponen, entonces, tres puntos de abordaje para tener en cuenta durante el análisis: la disposición de los adultos que hacen parte del proceso de formación; la participación de los niños en los énfasis temáticos que proponen los contenidos comunicativos que se producen en estos procesos, y, por último, las dinámicas de producción de los mismos contenidos.



En relación con el primer abordaje, los colectivos de comunicación y las sistematizaciones de la estrategia *Alharaca*⁴ entienden que la disposición de los adultos que hacen parte de los procesos de formación es primordial, en los que la relación con los niños debe establecerse de la forma más horizontal posible. **Por ende, se requiere convicción respecto a la agencia social y cultural de la niñez, una sensibilidad para potenciarla y la habilidad para crear espacios de confianza, donde los niños sientan que los adultos son uno más del grupo**, así sean los que faciliten o lideren en algunos momentos las actividades de creación y producción de contenidos comunicativos o artísticos resultantes de estos procesos.

En términos más teóricos, se debe procurar equilibrar la relación de poder que tradicionalmente está establecida en los diferentes entornos que habita la niñez, donde el adulto es el que determina y controla las acciones y el margen de agencia de los niños es muy bajo o nulo (Rowlands, 1997). Este desbalance en la relación de poder es naturalizado por los adultos y también por los niños. En consecuencia, esta disposición mencionada anteriormente hace referencia a desnaturalizar este desequilibrio y a buscar su balance.

Además, para que los niños también desnaturalicen este desbalance, el adulto facilitador debe propiciar la apropiación

emocional y cognitiva de dos conceptos que están ligados al ejercicio de la agencia social de la niñez: el *autodescubrimiento* y la *formación activa* (Sánchez, 2016).

El primer concepto se entiende como el proceso mediante el cual las personas fortalecen o transforman las percepciones de sí mismas como sujetos que pueden asumir el control de situaciones concretas que afectan sus vidas; como resultado, mejora su autoestima, su *sentirse capaz de*.

Pero, además, este sentirse capaz de debe estar acompañado por una confirmación real de que se tienen esas capacidades o competencias que la persona percibe que posee: *el ser capaz de*. Luego, para que el autodescubrimiento de la agencia se concrete, es necesario que la percepción (*sentirse capaz de*) se confirme con la acción (*ser capaz de*); de lo contrario, la falta de correspondencia entre estos dos elementos llevaría a la frustración y, por lo tanto, a un efecto negativo en todo el proceso.

Se propone, en consecuencia, que en la implementación de los procesos de formación con la niñez se identifiquen previamente las metodologías adecuadas; estas corresponderían con los niveles emocionales y cognitivos de los niños, pero también deben llamar su atención y ser emocionantes para ellos: al igual que todos los seres humanos, si algo es muy ajeno o aburrido, les parecerá forzado o frustrante. Además, la formación debe considerar que los participantes deben sentirse cómodos para avanzar en este proceso de *autodescubrimiento* de sus

4 Para conocer algunos productos de las sistematizaciones del proyecto *Alharaca* del Ministerio de Cultura se puede acceder a los siguientes links: <https://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/quehacemos/clavesalharacaparalaparticipacion/Paginas/default.aspx>. <https://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/quehacemos/alharacaviajera/Paginas/default.aspx>

capacidades de agencia; esto se lograría identificando situaciones que puedan afectarla y realizando las adaptaciones necesarias.

El segundo concepto es el de la transformación activa que se refiere al cambio de rol que se produce de manera individual o colectiva cuando se pasa de la desafectación o pasividad a la acción social, donde la expresión, la planeación y ejecución de ideas por el bienestar colectivo cobran relevancia, en gran medida gracias al *autodescubrimiento* de los actores sociales. El cambio en la autopercepción representa un cambio en la actitud, que motiva la acción hacia y para la comunidad.

De acuerdo con el trabajo desarrollado en la estrategia de *Alharaca* y a lo constatado en los colectivos de comunicación, se puede afirmar que el motor de esta *transformación activa* es la creatividad.

Cuando el ser humano se asume como un sujeto creativo, se motiva de manera natural: primero, a querer expresarse; después, a analizar y formarse un criterio propio de los temas que le interesan o preocupan; luego, a actuar a través de la creación de productos o contenidos expresivos que motiven la visibilidad y la movilización colectiva. Esto es lo que se desarrolla en los procesos de formación que tienen los colectivos de comunicación, de ahí su potencial como generadores de participación real de la niñez.

Adicionalmente, para que el *autodescubrimiento* y la *transformación activa* se manifiesten, es un requerimiento básico que se implementen espacios materiales y conceptuales de participación. Es necesario que las personas tengan una participación real para que estos componentes de la agencia logren expresarse y fomentarse; por

eso se considera que la base de la agencia social es la participación.

Para cerrar este primer abordaje sobre cómo se produce la participación de la niñez en los procesos de formación que realizan los colectivos de comunicación, a manera de propuesta, se plantea un paso más en las posibilidades de participación que los niños pueden desarrollar en los colectivos y que surge de las dinámicas organizativas de algunos de estos grupos que hicieron parte de la caracterización que sustenta esta reflexión.

La propuesta es ampliar la injerencia de los niños en el diseño y ejecución de los planes de acción de los mismos colectivos de comunicación; esta no se limitaría a los procesos de formación, sino que, en la medida de lo posible, se desarrollarían mecanismos de consulta y gestión de la niñez en las diferentes actividades que los colectivos realizan.

Como ya se mencionó, algunos ya lo hacen integrando a los niños, por ejemplo, en las actividades de diseño de propuestas para aliados o en la ejecución de actividades puntuales de

producción o logística de los diferentes eventos o acciones comunitarias realizadas.

Esto consolida lo que los mismos colectivos denominan *semilleros*, entendidos como el grupo de personas que luego tomarán el liderazgo de estas organizaciones, de lo cual ya se tienen ejemplos en algunos de los colectivos que llevan más tiempo desarrollando su trabajo. En estos, una segunda o tercera generación de personas formadas en las organizaciones son ahora las que están al frente o las que acompañan a los líderes en el diseño y ejecución de sus planes de acción; también son las que han decidido desarrollar su agencia social liderando nuevos procesos comunitarios de diversa índole, gracias a su previa participación en estos colectivos de comunicación.

Esta propuesta tiene mayor validez al incluir en la ecuación la formación de líderes comunitarios. Gracias a su vinculación a estos colectivos de comunicación, se podrían percibir como escuelas de liderazgo comunitario donde los niños apropien herramientas emocionales y cognitivas, pero también organizativas y de gestión, que pueden resultar en liderazgos importantes para sus comunidades. Como los expertos en estos temas de liderazgo comunitario describen, es importante y necesaria la interrelación

continua y constante en el tiempo entre los líderes y sus comunidades (Espejo & Isabel, 2014). Por lo tanto, la vinculación a esta clase de procesos comunitarios desde la comunicación es una oportunidad de creación de líderes locales.

Pasando al segundo abordaje sobre la manera en que se posibilita la participación de la niñez en los procesos de formación de los colectivos de comunicación, es importante dar cuenta de la manera en que se trabajan las temáticas que orientan las actividades de formación y la producción de los contenidos comunicativos realizados con los niños vinculados a los colectivos.

En este punto se pueden identificar de manera general dos maneras de definir los énfasis temáticos: por un lado, están los colectivos de comunicación, donde son los gestores o facilitadores los que determinan estos énfasis temáticos; por el otro, los colectivos que tienen como premisa que los temas o historias sean propuestos por los niños.

Desde la perspectiva del fomento a la participación de la niñez, las dos presentan aportes y retos para tener en cuenta; ambas se reconocen como propuestas válidas y complementarias: las mismas dinámicas de gestión y producción de

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



los colectivos, en muchos casos, se alternan o se combinan de diversas maneras.

Respecto a los colectivos donde los líderes o facilitadores han determinado las temáticas que se trabajarán en los procesos de formación, es importante comenzar señalando que, de manera general, proponen temas fundamentales para el desarrollo integral de la niñez y de la sociedad en general: la memoria, los derechos, la identidad cultural, el territorio, la ciudadanía, la convivencia, la diversidad de género, la prevención al consumo de sustancias psicoactivas, entre otras.

Respecto a lo anterior, se podría entrar en la discusión de si esta forma de introducir las temáticas en los procesos de formación son impuestas y no reconocen los intereses reales de los niños; pero, de entrada, son ellos mismos los que reconocen la importancia de tratar esos temas, entre otras cosas, debido a que muchas veces los desconocen; al tratarlos en los talleres de creación y producción, descubren su importancia.

Por lo tanto, el reto en este caso es identificar cómo acercar los temas a la cotidianidad de la niñez, como lograr que sean apropiados desde

sus maneras de percibir y relacionarse con sus entornos. Lo anterior se explica porque, aunque son temas fundamentales para el bienestar y desarrollo integral de la sociedad, no están en la agenda temática de la mayoría de las personas; no hacen parte del día a día; no se conversan normalmente.

Entonces, para afrontar este reto, se proponen metodologías que algunos colectivos de comunicación visitados implementan en sus procesos de formación y que consisten en un paso previo en sus actividades de creación y producción de contenidos: identificar con los niños cómo los temas propuestos hacen parte de su cotidianidad, así no hagan parte de su agenda temática; reconocer de forma conjunta cómo los condicionan o los afectan positiva o negativamente. Por otro lado, en la medida de lo posible, se busca que los facilitadores conozcan el contexto social y cultural en el que viven los niños que harán parte de los procesos de formación. Esto permite que los facilitadores puedan reconocer dónde y cómo estas temáticas se manifiestan o, por el contrario, cuándo y dónde están ausentes en la cotidianidad de la niñez.

Por consiguiente, se confirma la relevancia de que estos temas se

introduzcan de manera *participativa*, donde el diálogo sea el eje de apropiación por parte de los niños, entre otras causas, porque está comprobado que la niñez valora la conversación con los adultos cuando se da de manera horizontal, cuando perciben que sus opiniones e ideas son tenidas en cuenta, valorando sus maneras de ser y de pensar; esto es algo que aprecian bastante. Si los temas se introducen de manera participativa y se definen a través del diálogo, se contribuye al ejercicio de su ciudadanía en el mismo proceso de formación, por lo que se configura el diálogo como una práctica fundamental (Apud, 2001).

La otra tendencia es que los niños sean los que propongan los temas por trabajar, ya porque conocen cuál es la condición inicial para producir un contenido con el colectivo de comunicación o porque al inicio de las dinámicas de formación se desarrollan actividades de exploración sobre los temas que les interesan a los participantes para desarrollar y producir contenidos relacionados.

Esta alternativa se percibe como la más participativa, porque son los niños los que proponen el tema y porque se presume que es escasa la injerencia de los adultos facilitadores. Pero, después de conocer el trabajo de varios colectivos que tienen esta metodología de abordaje temático y lo evidenciado en el proceso de *Alharaca* —que busca que sean los participantes lo que establezcan los temas a desarrollar, cabe hacerse una pregunta: ¿qué tan autónoma es la propuesta temática de los niños?

Sin pretender generar una polémica teórica sobre la autonomía de la niñez en los espacios que habita, es conocido que en general los niños buscan la aprobación de los adultos que están a su alrededor, hacen parte de las prácticas socio-culturales de las familias o de las instituciones educativas, con lo cual, cuando se les pide que piensen temas que consideran importantes para sus comunidades, es probable que identifiquen

temas que asumen que son del agrado de los adultos; esto hace parte de su interés natural de aprobación.

Por lo tanto, se trata de un condicionamiento cultural que hace parte de las dinámicas de relacionamiento intergeneracional que se debe tener en cuenta y saber trabajar en las actividades de creación y realización de los contenidos. En la práctica, al igual que los temas que los líderes o facilitadores proponen, los niños también proponen temáticas muy importantes para sus comunidades: la violencia intrafamiliar, el matoneo escolar, el cuidado del medio ambiente, las tradiciones culturales, la paz, el reclamo de espacios para su recreación, entre otros ejemplos. Todos estos temas siguen teniendo relación y siendo necesarios para el desarrollo integral de los niños como ciudadanos y para el bienestar de sus comunidades. Manteniendo el objetivo de implementar procesos de formación que fomenten la agencia social y cultural de la niñez.

Por ende, de igual forma que la propuesta en la que los líderes o facilitadores definen las temáticas que se desarrollarán en los procesos de formación, ofrecer espacios de conversación donde los niños definan un criterio propio —basado en el diálogo intergeneracional y entre pares— posibilita que evolucionen los temas que ellos proponen, que amplíen su perspectiva y que adquieran elementos conceptuales que motiven su apropiación verdadera, sin depender solo de la aprobación del adulto.

Por último, en relación con el tercer punto de abordaje sobre cómo se configura la participación de la niñez en los colectivos de comunicación mediante sus dinámicas de producción de contenidos con los niños, teniendo como referencia la caracterización realizada a los 20 colectivos y el aporte de *Alharaca*, es posible identificar algunos

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



elementos metodológicos que ameritan una reflexión sobre los colectivos de comunicación.

Primero, hay que reconocer que en la producción de los contenidos se pone a prueba la sensibilidad y la disposición de los facilitadores adultos, porque se debe buscar un equilibrio entre la calidad del contenido y la participación efectiva de los niños que normalmente no son profesionales en los diferentes roles en la producción de un contenido comunicativo.

Por lo tanto, en los colectivos estos procesos llevan tiempo, porque se requiere que los facilitadores formen en el uso de las herramientas de producción a los niños y, en la medida de lo posible, se necesita que intervengan poco al proponer los contenidos. Lo ideal es que el facilitador se asuma y sea percibido como un miembro más del equipo y que module las actividades para que se consigan los resultados esperados.

Otro elemento importante es que los contenidos que resulten reflejen la voz de los niños, que se les brinde la posibilidad, por ejemplo, de que sean ellos los que creen los guiones o los que estén al frente de las grabaciones. Es decisivo que en estas producciones salgan a relucir sus expresiones, sus actitudes y sus maneras de relacionarse y entender su entorno. Hay que permitir que los niños descubran y consoliden sus propias narrativas.

Por último, se propone reflexionar sobre los intereses mediáticos de la niñez; en la medida de lo posible, no deben sesgarse sus búsquedas expresivas según los medios que los facilitadores o el colectivo tengan a su disposición. Cada vez más, los niños reconocen en las nuevas pantallas y formatos otras maneras de relacionarse y de expresarse, lo que los convierte en una apuesta importante para los líderes y facilitadores de los colectivos. Además, es importante posibilitar

estas exploraciones, que también pueden ampliar y fortalecer la incidencia de estas organizaciones en los territorios.

La participación externa de los colectivos y la incidencia de la niñez en la esfera pública

Después de describir algunos retos y aprendizajes que los colectivos de comunicación encontraron durante sus procesos de formación con la niñez, se propone describir algunos aspectos sobre la participación de los niños por fuera de los colectivos de comunicación. La reflexión se dividirá en dos puntos: lo que sucede en los demás entornos en los que habita la niñez y su incidencia en la esfera pública.

Sobre el primer punto, como ya se explicó antes, los espacios de participación y agencia social que ofrecen los colectivos de comunicación a la niñez se convierten en un entorno acogedor, donde sienten que pueden opinar, proponer y desarrollar acciones lideradas por ellos mismos, o por lo menos donde su agencia es mucho mayor a la que normalmente podrían tener en otros ámbitos de su vida.

Lo anterior puede entrar en conflicto con sus otros entornos cotidianos —como la familia, la escuela o el barrio—, donde tal vez las relaciones de poder sean desiguales y los espacios de participación resulten muy reducidos o nulos. Por ese motivo, sobresale la importancia de desarrollar acciones de integración de los padres, madres, cuidadores, profesores, líderes locales, representantes de las entidades públicas, entre otros, para que comprendan y valoren las actividades que los niños desarrollan dentro de los colectivos de comunicación.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Este trabajo es complejo, entre otras cosas, debido al desinterés de los adultos que hacen parte de estos entornos, o porque los temas que se tratan en las actividades o contenidos van en contra de sus ideologías, concepciones del mundo o creencias. Además, las formas de relación que se presentan dentro del colectivo, donde los niños perciben que tienen más agencia, entran en conflicto con las que están establecidas en los otros espacios de su cotidianidad.

Aun así, es necesario que se planteen espacios de reconocimiento de lo que se desarrolla con la niñez en los colectivos. Un ejemplo muy interesante de esto son los festivales de video comunitario, que varios de los colectivos hacen cada año, o los momentos de socialización de las producciones comunicativas en el marco del proyecto *Alharaca*.

La intención es que estos eventos de socialización no solo sean una muestra de los resultados del trabajo realizado, sino que además se conviertan en espacios de sensibilización e idealmente de movilización de los adultos frente a los temas que son importantes para los niños, que se produzca una conversación intergeneracional donde el debate horizontal motive a los adultos a promover la agencia social y cultural de la niñez en sus contextos locales.

Estas experiencias han sido interesantes porque, en muchos casos, los adultos se sorprenden no solo al descubrir las habilidades creativas y de producción de los niños, sino también porque descubren que tienen opiniones y propuestas acerca de temas que posiblemente nunca han tratado con ellos. De esa manera, cambia su



percepción acerca de la ingenuidad o falta de conciencia de los niños frente a ciertas temáticas que normalmente afectan no solo a la niñez, sino a toda la comunidad.

Lo mismo puede suceder en el trato con sus pares fuera del colectivo si los niños y niñas están inmersos en un entorno hostil, como sucede desafortunadamente en muchos lugares vulnerables de Colombia donde la violencia está naturalizada y, por lo tanto, hace parte de las relaciones cotidianas de los niños. Esta es una situación que se debe tener en cuenta y que debe llevar a considerar qué sucede fuera de los colectivos de comunicación. Como varios expertos describen, los niños siempre van a desestimar las prácticas violentas; pero, si el entorno es demasiado hostil, no dudan en asumirlo como parte de sus relaciones cotidianas (Botero & Alvarado, 2006). Es importante que los niños empiecen a identificar prácticas violentas entre pares que puedan evitarse o transformarse mediante el diálogo.

En relación con el segundo punto, la participación externa de los colectivos de comunicación

y sobre la incidencia específica de la niñez en la esfera pública, es necesario identificar primero que existe una manera tradicional de participar en lo público, configurada por una cultura política que exige un alto grado de racionalidad, no solo para los niños, sino para todas las personas en general (Contreras & Pérez, 2011). Esta modalidad está muy ceñida a ciertas profesiones o roles de poder, obviamente, adultos. Por esa razón, es fundamental la función que cumplen los colectivos de comunicación para darles visibilidad y reconocer el valor de las formas de agencia social que tienen los niños.

Gracias a las socializaciones y actividades públicas que promueven los colectivos en sus comunidades y a la circulación de sus contenidos, los niños pueden incidir en lo público a través de herramientas que les resultan apropiadas para expresarse y dar a conocer sus ideas, como el arte y la comunicación.

Además, los niños en su cotidianidad están ligados a espacios exclusivos condicionados por los adultos, entornos semiprivados donde su injerencia en temas colectivos o públicos es muy reducida y donde el adultocentrismo continúa regulando sus relaciones sociales (Duarte, 2006). Eso confirma aún más la importancia de rol que desempeñan los colectivos de comunicación en hacer escuchar la voz de la niñez, y que se reconozca y valore su participación en lo público.

A manera de conclusión de toda esta reflexión acerca de los procesos de formación dirigidos a la niñez que desarrollan los colectivos de

comunicación en Colombia, es necesario reconocer el potencial de la comunicación participativa cuando la ejercen los niños; esta se convierte en una herramienta que los conecta con sus comunidades y los nivela en su relación con los adultos (Sánchez, 2018). **Al asumirse como comunicadores de su entorno, desarrollan la confianza para incluirse dentro de la esfera pública local como actores críticos y propositivos, con lo que logran que el resto de sus comunidades los valide como agentes sociales importantes. La comunicación participativa que producen los colectivos de comunicación amplía el campo de acción social de la niñez en el país.**

Bibliografía

- Apud, A. (2001). *Participación Infantil. Enrédate con UNICEF*. Formación del profesorado. Recuperado de <http://www.sename.cl/wsenname/otros/unicef.pdf>.
- Botero Gómez, Pág. & Alvarado, S. V. (2006). *Niñez, ¿política? y cotidianidad*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 4(2), 97-130.
- Contreras, C. G. & Pérez, A. J. (2011). *Participación invisible: niñez y prácticas participativas emergentes*. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 9(2), 811-825.
- Espejo, R. & Isabel, M. (2014). *Liderazgo comunitario y capital social: una aproximación desde el camio*. (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España.
- Novella Cámara, A. M. (2012). *La participación infantil: concepto dimensional en pro de la autonomía ciudadana*. Revista Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información 13 (2), 380-403. Recuperado de http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/revistatesi/article/view/9015/9259
- Rowlands, J. (1997). *Questioning Empowerment Working with Women in Honduras* [en línea]. Reino Unido; Irlanda: Oxfam. Recuperado de <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/questioning-empowerment-working-with-women-in-honduras-121185>
- Sánchez Castiblanco, J. R. (2016). *La comunicación participativa como herramienta generadora de ciudadanía activa en la niñez* [disertación doctoral]. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez, J. R. (2018). *La comunicación como generadora de ciudadanía activa en la niñez*. En Comunicación y Ciudadanías (Pág. 133-147). Bogotá, Colombia: Desde Abajo.
- Soto, D. D. & Orozco, A. Pág. (2001). *Proyecto de comunicación para la infancia: una experiencia que reconoce la expresión de las niñas y los niños y su participación como ciudadanos*. Signo y Pensamiento, 20(38), 124-130. Disponible en: <http://policy-practice.oxfam.org.uk/publications/questioning-empowerment-working-with-women-in-honduras-121185>

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



Comunicación desde el territorio, con la gente y por la democracia

Por: Omar Rincón |

Inspiración: **Belén, Corinto, Montes de María, Palenque, Tumaco, Nuquí, Quibdó, Puerto Caicedo, Sibundoy, Ipiales, Chinchiná, El Paso, San Vicente del Chucurí, San Gil, Cali, Ciudad Bolívar, Suba, Barrquilla, Medellín...**

Y todo es la palabra. Y todo puede ser contado por las palabras claves. Y leyendo las experiencias que constituyen este libro, he aquí la nube de palabras que aparecen para hablar de una comunicación desde el territorio, con la gente y por la democracia.

Articulación. Redes. Colectivos. Comunidad.

Diálogo. Participación. Encuentro. Hermandad. Empoderar. Conciencia. Crítica.

Sabedores y jóvenes y sacerdotes y mujeres y rebeldes y niños y gays y viejos y negros e indios y periodistas y documentalistas y videistas y cineistas y digitalistas y jugadores y celebrities.

Comunicación. Comunicación propia. Comunicación que transforma vidas. Caminar la palabra. Tejer. Tejido de comunicación.

Historias. Información. Documentales. Ficciones. Discursos. Ensayos. Opiniones. Relatos. Festivales. Videos. Radio. Exposiciones. Músicas. Mingas. Fiestas. Bailes. Teatros.



| Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Democratizar la palabra. Libertad de expresión. Transformación social. Derechos políticos y sociales.

Profesionalmente empírico. Tutoriales en YouTube. Escuela de formación. Semilleros.

Creatividad a punta de prueba y error. Rebusque. Movimiento.

Independencia. Autonomía. Irreverencia. Disrupción.

Activismo. Política. Ciudadanía. Organizaciones sociales, eclesiales, educativas, solidarias y corporativas.

Cuidar. Proteger. Conservar. Medio ambiente. Desarrollo humano sostenible. Gobernanza.

Tejer, conectar, expresar escuchas, identidades, sexualidades, razas, narrativas, historias, discursos, simbologías, culturas, saberes, sentidos.

Liberaciones de la madre tierra, las cotidianidades, los sentires.

Reconocimiento. Vínculo. Cuidado. Respeto. Vida. Arraigo. Memoria. Humanidad.



Lenguaje. Estéticas. Narrativas. Silencios. Gestos. Palabras. Gritos. Sentidos.

Gente. Gente buena. Gente. Líderes. Amigos. Sueños. Identidad.

Cultura. Saberes propios. Intercultural. Saberes ancestrales. Intergeracional. Popular. Educación.

Sostenibilidad política. Sostenibilidad social. Sostenibilidad cultural. Sostenibilidad económica. Sostenibilidad narrativa

Otro. Otros. Otres. Pueblos.

Territorio.

Eso es la comunicación desde el territorio (el abajo), con la gente (los invisibles) y por la democracia (donde todos contamos). Aquí podría terminar este ensayo, pero para darle un poco más de densidad, a continuación desarrollaré dos movimientos: uno para intentar definir en qué consiste esta otra *comunicación* otra, esa que se inspira y hace desde el territorio; otro para dejar testimonio de cómo cada comunidad se da una comunicación propia, que lo expresaré en manifiestos inscritos en experiencias concretas de comunidades e identidades.

Comunicación en el territorio

“ Digamos que el pobrismo da chapa a los medios y genera fantasía de la inclusión; mientras tanto, el mundo que produce esa miseria queda siempre afuera de la agenda periodística y de las crónicas de nuestros cronistas porque para qué nos vamos a pelear con...

*Esteban Schmidt
(Schmidt, 2007)*

Para los medios de comunicación masivos y de referencia los pobres son ese espectáculo dónde exhibir su compasión y su orgullo de estar con el poder. Los pobres aparecen en los medios para exhibirlos en sus miserias: *¡mirá como viven de mal esos pobres!* Los narran con exceso de adjetivos para expresarse caritativos con su precariedad. <Pornomiseria> lo llamaron Carlos Mayolo y Luis Ospina en “Agarrando pueblo” (Mayolo, Carlos; Ospina, 1978). La idea de medios y periodistas es no pelearse con el amo (el gobierno, los dueños del país, que son los mismos de los medios, y los empresarios anunciantes); por eso, producen un periodismo mascota, que obedece y divierte al amo exhibiendo la desdicha de los pobres. El periodismo mascota es antiperiodismo porque traiciona al ciudadano a quien representa. Por eso, el periodismo se convirtió en pasar tuits de los poderosos para evitar cuestionar al poder. El periodismo mascota, pusilánime y complaciente con su desidia, está haciendo mucho daño a la democracia.

No obstante, gracias a la democracia hay más comunicación que la *mainstream*, es decir, esa que se activa para servir al amo. Hay más medios, formatos y producciones por la terquedad de líderes comunitarios que apuestan por las voces, estéticas y narrativas desde abajo y en territorio. Y es que comunicación es más que medios y tecnologías, acceso y conexiones digitales; es más acerca de lo cultural, lo político y el modelo de sociedad. Por eso, la comunicación desde el territorio tiene como orientación *lo popular* (contar historias y ser tenida en cuenta, poner el cuerpo y bailar, y pensar en el reír para burlar al poder por momentos) (Rincón, 2015); *el buen vivir* (propuesta desde las culturas ancestrales) (Contreras Baspineiro, 2016); *una economía del cuidado* (propuesta desde el feminismo) (Segato, 2018) y *una sociedad de los derechos* (propuesta de la modernidad). Esta propuesta la describe Arturo Escobar (2016) como “desde abajo, por la izquierda y con la tierra”.

“ Un listado de las tendencias más notables del pensamiento crítico latinoamericano tendría que incluir, entre otras, las críticas a la modernidad y a la teoría decolonial; los feminismos autónomos, decoloniales, y comunitarios; la diversa gama de debates ecológicos y

de economías alternativas, incluyendo la ecología política, la economía social y solidaria (ESS), las economías comunales; las posiciones autonómicas; otras y nuevas espiritualidades; y las diferentes propuesta de transiciones civilizatorias, el posdesarrollo, el Buen Vivir, y el post-extractivismo (... reconocer que...) los conocimientos de los pueblos en movimiento, de las comunidades en resistencia y de muchos movimientos sociales están en la avanzada del pensamiento para las transiciones, y cobran una relevancia inusitada para la reconstitución de mundos ante las graves crisis ecológicas y sociales que enfrentamos, más aun que los conocimientos de expertos, las instituciones y la academia (...por lo cual hay que incluir en el espacio epistémico y social a los) ‘pensamiento autonómico’ y ‘pensamiento de la Tierra’, (...) movimientos que enfatizan la reconstitución de lo comunal y territorial como el pilar de la autonomía (... y) pensamiento de la Tierra (...) no tanto al movimiento ambientalista y a la ecología sino a aquella dimensión que toda comunidad que habita un territorio sabe que es vital para su existencia: su conexión indisoluble con la Tierra y con todos los seres vivos” (Escobar, 2016).

| Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



Feminismos, ecologías, solidaridades, comunidades, espiritualidades, resistencias, movimientos, reconstitución, posdesarrollo, Buen Vivir, 'pensamiento autonómico' y 'pensamiento de la Tierra' son las palabras que enuncia el gurú de nuestra tribu, Arturo Escobar. Y tienen mucho sentido porque él se inspira en los territorios donde habitan las prácticas de memoria, política, vida e imaginación.

Y existe aún otro mundo, uno que es feminista, indígena, afro, gay, trans, ecológico, desde el cual haremos la diferencia al servicio del proyecto político de las comunidades. Ahí el poder es comunicativo, al enfatizar el carácter dialógico intercultural, a lo Pablo Freire (1971), que imaginaba en *Pedagogía del oprimido*: reconocer que todos tenemos cultura, saberes, experiencias y sentidos; que el diálogo entre iguales y basado en la escucha del otro nos permite, a todos, tener voz y conciencia crítica de nuestro lugar en el mundo.

Este tipo de comunicación propicia el tejer juntos poder y ganar poder en la vida cotidiana para el bien público, eso que Clemencia Rodríguez (2008) llama ciudadanías mediáticas. Un pensar y actuar "desde abajo, por la izquierda y con la tierra" a lo Arturo Escobar (2016), desde la gente y el territorio; con principios de solidaridad, justicia social y derechos humanos; en interrelación respetuosa y recíproca con la naturaleza. La lucha es por expandir las historias de la identidad (Adichie, 2010) y para ocupar la política, caminar la palabra, llegar a una enunciación colectiva más expandida y diversa.

La idea es hacer la comunicación jugando desde y en la interculturalidad, que parta de los territorios, las identidades habitadas y las tecnologías apropiadas para, desde ahí, construir

un modo diverso de estar en sociedad. Ahí la comunicación debe ser y tiene que ser de diálogo intercultural porque debe ser ese encuentro sabroso con el otro, ese llegar a jugar desde y en los sentidos diversos de los modos diferentes de habitar el mundo, eso que la economía del cuidado feminista nos propone, eso de la ética del buen vivir que practican las comunidades ancestrales, esa soberanía comunicacional que nos enseñan los cuerpos, espíritus y relatos afro.

La comunicación *desde* el territorio, *con* la gente y *por* la democracia es una de esas experiencias tercas de hacer relato, contar, narrar y expresar desde y en el territorio. Experiencias de contar para repensar los imaginarios sociales, potenciar la democracia, diversificar las narrativas, proveer desde y en los medios y tecnologías nuevos modos de enunciación, encontrar en las culturas otras estéticas y formatos disidentes, otros juegos de sentido y producir humanismos diversos.

La comunicación desde el territorio, con la gente y por la democracia tiene su poder en que diversifica, estalla y expande el concepto de vida en común, democracia y soberanía cultural. Una comunicación otra, alterna a la extractivista de los medios privados y plataformas digitales. La clave es el territorio que desde y en sus memorias, sus luchas políticas, su soberanía cultural pone en el centro a la dignidad, la solidaridad y la lucha por unos mínimos básicos como son los derechos al agua, trabajo, educación, salud y vivienda para todos. Y ahí se requiere una comunicación otra, diferente a la de la sociedad capitalista.

A esta comunicación se le llama para el buen vivir, ya que practica "un proceso de construcción, de/construcción y re/construcción de sentidos

sociales, culturales, políticos y espirituales de convivencia intercultural y comunitaria con reciprocidad, complementariedades y solidaridad... en el ejercicio del Derecho a la Comunicación... que es participativa y dialogal" (Contreras Baspiñero, 2016, Pág. 75-76). La fuerza de base es el democratizar la palabra y practicar la interculturalidad. Y ahí los movimientos sociales, las luchas LGBTI, las comunidades indígenas, los modos afros y las propuestas feministas abren posibilidades inéditas para nuestra sociedad.

¡Manifiestos de medios en territorio!

La revolución tecnológica, comunicativa y política de nuestro tiempo es que todos podemos ser ciudadanos comunicativos: podemos decir nuestra palabra, nuestros sentires, nuestros saberes. Las comunidades quieren contar y

no piden permiso a los poderes, simplemente se activan en otras agendas, otras narrativas, otras estéticas. Se hace posible una comunicación para la libertad y autonomía comunitaria, a condición de que esté vinculada al territorio como lugar de enunciación. Una comunicación que lucha contra el *ninguneo* y la porno-miseria a que han sido sometidos los pobres, los pueblos ancestrales y los territorios; por eso, enfatiza el lugar de enunciación cultural, la soberanía cultural y los modos propios de contar.

Pero la clave está en la escucha, por eso, es significativo traer a cuento que la palabra arhuaca de comunicación significa *ir escuchando* para activarnos en y desde lo propio. Escucha de las memorias, escucha de la madre tierra, escucha de los saberes propios, escucha antes que enunciar, decir, escribir, grabar.

Hay, también, que apropiarse de las tecnologías para hacer que la técnica esté al servicio del relato, de la comunidad, del proyecto político. Apropiarse de las tecnologías implica intervenirlas para hacerlas decir de modos más cercanos a las identidades, saberes y estéticas de las comunidades, para producir relatos apropiados al territorio y expandir las hablas sociales.

Y para enunciar habrá que echar mano no solo de las tecnologías sino de todas las formas de expresión que tienen las comunidades, como las músicas, las pintadas, los tejidos, las comidas, los paisajes. Asumir que la comunicación es juego, fiesta, desparpajo y disrupción; que hay que experimentar con la identidad para tejer la comunicación; hacer, actuar, activar desde y en los relatos; jugar al trueque, a la red; feriar e intercambiar modos del hacer e imaginar para diversificar las estéticas y los relatos.



Y en el enunciar y producir un activismo comunitario desde y en la comunicación inspirada en el territorio que es política, memoria, identidad (Rincón, 2010). Se trata de un activismo que al poner en pantalla a los sujetos y comunidades producen ciudadanías *celebrities* (Rincón, 2015), ya que pueden ser las estrellas de su relato y ganar poder no solo en el verse y disfrutarse en las pantallas, sino también sobre sus modos de entretenerse y hacerse parte de la escena pública.

Por último, hay que intervenir la máquina comunicativa *mainstream* rompiendo con sus temporalidades, sus géneros, sus formatos y producir nuevos modos de contar culturalmente localizados. Así, la comunicación se convierte en un *laboratorio estético-narrativo-cultura* para imaginar los modos de narrar inscritos en identidades y territorios concretos. La idea es ir a encontrar la forma de relato inscrito en cada identidad.

En este contexto, presento a continuación diversos manifiestos que he inventado, inscritos en el territorio y la soberanía cultural de las experiencias de comunicación en territorio en Colombia. Esta es una muestra que documenta cómo la comunicación toma forma propia, se hace política y celebra la soberanía cultural en cada territorio e identidad.

Por una comunicación desde el territorio, con la gente y por la democracia

(inspirado en las 20 experiencias que se relatan en este libro)

1. La comunicación es articular, tejer, enredar, dialogar, conectar, expresar, escuchar, narrar.
2. La comunicación debe hacerse propia, apropiada. No se imita, se construye desde las identidades y los territorios.
3. Importan las historias para democratizar la palabra, ganar autonomía y transformar la sociedad.
4. La creatividad es rebusque, movimiento, prueba y error.
5. La comunicación es silencios, gestos, gritos, formatos, narrativas, lenguajes.
6. La comunicación debe ser activismo, irreverencia, disrupción, política, ciudadanía, amistad, alegría.
7. La comunicación debe cuidar, vincular, proteger, liberar voces, memorias, sentidos y sentires.
8. La comunicación es intercultural y popular.
9. La comunicación debe ser sustentable y sostenible (no extractivista) en lo político, lo social, lo cultural, lo narrativo y lo económico.

Manifiesto de un audiovisual de cercanía

(inspirado en colectivo Mejoda, escuela infantil audiovisual Belén de los Andaquíes, Tejido de Comunicación del Cauca, Yubarta en B/ventura, sancocho audiovisual)

1. Se cuenta en la forma estética de quien lo produce (el sujeto, la comunidad, su cultura).
2. Los formatos se parecen a lo que se quiere contar, toma la forma de lo que se cuenta.
3. Los tiempos son móviles, cada obra debe durar lo que debe durar.
4. Narrar. Todo tipo de estilo es aceptado, desde el ensayo hasta el documental.
5. El sonido del ambiente es la verdad, y que se oiga, un goce poderoso.
6. Busca todas las pantallas: YouTube, teve local, festivales.
7. Les hacen caso a las audiencias, sus tradiciones, saberes y prácticas; ellas son las que cuentan.
8. Todas las tecnologías valen: celular, fotografía, video.
9. Emiten desde el territorio, con la gente y sin estrellas.
10. Tiene qué decir, hay mensaje y produce tejido social.

La soberanía cultural afro

(inspirado en el festival Petronio Álvarez de Cali y el canal TeleIslas)

1. Hay que hablar la propia lengua, saber a la propia música y llenar de rostros y voces con alegría de mar.

2. Poco importa lo técnico, se es potente y singular en lo estético y narrativo, siempre basados en la identidad y el talento de su gente.
3. Se narra con desparpajo, gozadera, alegría y colorido, para hacer que todo parezca una fiesta y celebrar la identidad en la que viven.
4. Se hace comunicación poniendo el cuerpo y con una actitud de acercarse a la gente, acogerla, cuidarla y vincularla.
5. Se celebra con alta espiritualidad, que arrulla la identidad y promueve la soberanía cultural.
6. Se habitan los sabores expandidos de lo afro que se expresan en la comida, la moda, la artesanía, los pelos, los cuerpos y el viche como bebida para el espíritu.

La tv indígena: los espíritus de la imagen

(Inspirado en los Wiwas, los Arhuacos, los Wayuu y los Kankuamos)

1. Comunicar significa “ir escuchando”.
2. Comunicar es un ritual de la paciencia en el tiempo infinito de la conversación.
3. Sin plan de vida o proyecto político no hay cámara o medios que valgan. Por eso la comunicación es una necesidad para existir, resistir y proponer.
4. No hay un autor, no hay un artista; comunica la comunidad, el colectivo, el pueblo.



5. No interesa divertir, se busca cambiar la actitud con la naturaleza, el territorio, los espíritus. Imágenes mediáticas para *Armonizar, Refrescar, Respetar, Escuchar, Obedecer, Cuidar, Conversar*.
6. Antes de grabar, se le pide permiso a la naturaleza y se les pregunta a los *mamos* por los tiempos propicios.
7. Hay que *obedecer* los mensajes de la madre tierra porque ella es la maestra y hay que comprender sus mensajes. Por eso, la comunicación es para caminar el territorio y los pensamientos con la comunidad, la identidad y los espíritus.
8. Se hacen medios inspirados en el territorio para celebrar la espiritualidad y las lenguas de cada pueblo y como forma de organización de las comunidades. Y es que donde hay una lengua hay una cultura propia.
9. La palabra y las imágenes y los sonidos se tejen, se apropian, se divagan, se inventan en una búsqueda desde la cosmovisión de cada pueblo.
10. Se narra en oralidades visuales y en temporalidades de la contemplación y la escucha.
11. En la comunicación todo es orgánico como la vida: en la narración se cultivan historias, en el enunciar se ritualiza la relación entre el ser humano, lo espiritual y la naturaleza.
12. La música es la inspiración porque en ella se articula cuerpo-naturaleza-espíritu.
13. La lucha es por la sabiduría y la soberanía audiovisual, por ese saber cómo queremos

ser, por el apropiarse e intervenir las tecnologías, por esa lucha por la enunciación propia, por el conversar con la sociedad de los hermanos menores, por el derecho a autorrepresentarse.

Por la comunicación ciudadana

1. Hay comunicación ciudadana cuando se teje comunidad y se tejen historias para ganar poder.
2. La comunicación ciudadana es política en cuanto hace visibles los saberes subyugados, los sujetos ninguneados, las vidas invisibles.
3. La comunicación ciudadana es la experiencia de mirarse y re-pensarse como comunidad cultural y política.
4. La comunicación ciudadana busca transformar imaginarios y proveer pactos de confianza para habitar la vida con dignidad.
5. La comunicación ciudadana es una experiencia que se hace en los propios códigos culturales de la comunidad.
6. La comunicación ciudadana imagina que los ciudadanos son artesanos de relatos, sonidos e imágenes que intervienen las tecnologías para que tomen las formas locales.
7. La comunicación ciudadana implica una experiencia de creación y producción compartida.
8. La comunicación ciudadana busca distorsionar, improvisar, hibridizar, mezclar, reciclar en formatos, estéticas y lenguajes.

9. La comunicación ciudadana se hace para poder conversar, crear vínculos, practicar amistad y emocionar la vida cotidiana.

Estos manifiestos son invenciones con base en las escuchas que he hecho de los colectivos de comunicación que ponen la soberanía cultural y el territorio como inspiradores de sus modos de narrar, contar, expresarse y hacerse mensaje. En todos los casos es claro que la propuesta de comunicación desde y en el territorio se basa en que hay que ponerle *espiritualidad* a nuestro mundo; que hay que *estar conectados* con la comunidad, sus memorias e identidades; que hay otro modelo de sociedad que es el de *cuidar*. Así, el modelo de comunicación que surge es el de contar, dar cuenta, ser tenido en cuenta y rendir cuentas; uno en que todos somos creadores de sentidos y sentires; uno en que el proyecto político-cultural es el que crea el horizonte de sentido.

Una comunicación inscrita en lo comunal, en lo pragmático y coyuntural, de cercanía y

colaborativa, que soluciona asuntos cotidianos y promueve la economía de los vínculos *desde el territorio, con la gente y por la democracia*. Una comunicación que practica la existencia de narrativas disidentes, estéticas diversas, epistemologías híbridas y bastardas que enfatizan en la fiesta de lo humano y lo cultural más que en la eficiencia y productividad del capital. Una comunicación activista e irreverente que juega a politizar desde lo contracultural.

Ir a los territorios nos permite comprender que la vida sí puede ser de otros modos, e implica volver las miradas hacia lo pequeño, lo propio, lo vital para encontrar que las comunidades están gestionando su destino a través de prácticas que transforman y crean calidad de vida en y desde sus saberes.

Bibliografía

- Adichie, C. (2010, May). *El peligro de una sola historia*. Arcadia, 24–25.
- Contreras Baspineiro, A. (2016). *La palabra que camina: comunicación popular para el vivir bien/buen vivir*. In Comunicación para el buen vivir CN - P95.54 .C665 2016.
- Escobar, A. (2016). *Desde abajo, por la izquierda, y con la tierra*. In Intervenciones en estudios culturales.
- Mayolo, Carlos; Ospina, L. (1978). *Agarrando pueblo*. Colombia.
- Rincón, O. (2010). *Indigenous Storytelling of Patience, Identity and Politics*. 181–196. Retrieved from <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6434/5903>
- Rincón, O. (2015). *Lo popular en la comunicación: culturas bastardas + comunidades celebrities*. In O. Amado, Adriana; Rincón (Ed.), *La comunicación en mutación [Remix de discursos]* (pp. 23–47). Retrieved from https://www.fesmedia-latin-america.org/fileadmin/user_upload/pdf/publicaciones/libros/2015_FINAL_Comunicacion_en_mutacion.pdf
- Rodríguez ed, C. (2008). *Lo que le vamos quitando a la guerra: (medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia)*. Retrieved from www.c3fes.net.
- Schmidt, E. (2007). *La Argentina crónica*. In M. Robles (Ed.), *La Argentina crónica* (pp. 154–155). Buenos Aires: Planeta.
- Segato, R. (2018). *Contra-pedagogías de la Crueldad*. Buenos Aires: Prometeo.



Sentidos de transformación

CAPÍTULO 4

Este eje de reflexión trata temas relacionados con la incidencia territorial de los colectivos de comunicación en el país. Cuenta con cuatro artículos que ponen en diálogo, por un lado, voces de actores locales que representan la práctica, el saber y las apuestas de quienes, en territorios afectados por el conflicto, aportan desde la comunicación a la construcción de un mejor país. Por el otro, voces de actores que, desde la academia y los procesos investigativos, desarrollan insumos para profundizar el análisis y la reflexión sobre estas experiencias de comunicación local y su incidencia social, cultural y política.

“PUUTX WE’WNXI UMA KIWE”
Comunicación desde la Madre Tierra. Una mirada de la comunicación propia como estrategia espiritual y política para la defensa del territorio como garantía de vida.

Este artículo fue escrito por Dora Estrella Muñoz Atillo, comunicadora indígena del pueblo Nasa en el departamento del Cauca. La autora nos acerca a la comunicación propia de las comunidades indígenas a partir del reconocimiento de su riqueza cultural y de lo ancestral en la cotidianidad de sus vidas, en escenarios complejos, dada la situación política y de orden

público que vive el territorio. Da cuenta de la comunicación indígena pensada y sentida desde la Madre Tierra, una comunicación espiritual y armónica que, además, se constituye en una estrategia política y de resistencia para los pueblos indígenas.

El artículo *Comunicación Local, Paz y Territorio: una Apuesta que transforma* fue escrito por Lorena Cantillo Turbay, integrante del equipo de investigación del Ministerio de Cultura que realizó el estado del arte con colectivos de comunicación. Aquí ella nos muestra, en un diálogo entre los resultados de su recorrido, no solo las voces de los actores locales y la conceptualización sobre paz, sino cómo estas experiencias aportan cada día a la construcción de paz en el país. Una paz, por cierto, entendida desde el estar y apropiarse un territorio a través de la cultura, del derecho a la comunicación y la libre expresión, de la identidad y de la memoria; una paz que ha dependido del esfuerzo, la obstinación y las necesidades de quienes trabajan para lograrla.

Alterando el enfoque: cómo se usan los medios ciudadanos en contextos de conflicto, fue escrito por Clemencia Rodríguez, directora y profesora del Master del Programa de Artes del Departamento de Estudios de Producción de Medios de la Universidad de Temple en Filadelfia, Estados

Unidos. El artículo desarrolla aspectos relacionados con los impactos de la guerra en el tejido social y cultural de las comunidades. Además, plantea elementos relacionados con medios y conflicto armado, el papel de los medios ciudadanos en los contextos de guerra, la resignificación que se hace de esos contextos a través de la producción audiovisual, el uso de la radio en escenarios de conflicto armado y los diversos usos performativos de los medios; todo ello a partir del trabajo de campo realizado por la autora en diferentes lugares del territorio nacional.

El artículo *Los colectivos de comunicación en Colombia: ríos subterráneos que oxigenan la cultura y la ciudadanía* fue escrito por Cecilia Ceraso, profesora e investigadora de la Universidad Nacional de La Plata en Argentina y coeditora del Colectivo de Comunicación Línea

21, de los Montes de María, al cual ha asesorado e investigado. El artículo aporta a *Sentidos de transformación* no solo una reflexión sobre modernidad, hegemonía y producción de sentidos, sino también su relación con el trabajo desarrollado por los colectivos de comunicación en el país, así como su importancia y pertinencia para la democracia, la construcción de ciudadanía y la cultura de la paz.

EN CIFRAS

Territorio

A partir de los resultados obtenidos en el estado del arte con los colectivos de comunicación se puede afirmar que los principales procesos que estas experiencias desarrollan en sus territorios para incidir social, cultural o políticamente están relacionados con visibilización del territorio, salvaguardia de tradiciones y saberes,



generación de espacios pedagógicos, cuidado del medio ambiente y construcción de paz y memoria.

Alianzas

Los 20 colectivos de comunicación han establecido alianzas con diferentes actores institucionales para el desarrollo de sus procesos tanto de creación y producción de contenidos como de fortalecimiento de capacidades.

Los principales aliados de estas experiencias son las instituciones educativas, con las cuales once colectivos han tenido alianzas para el desarrollo de procesos y luego están las

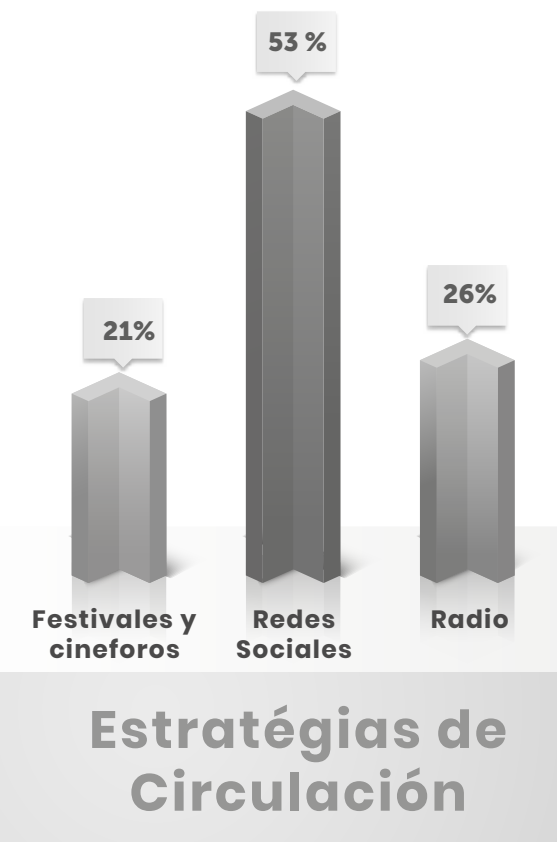


organizaciones de base con ocho experiencias. Por otra parte están los cabildos y las asociaciones o fundaciones, con quienes cuatro experiencias mencionaron que han establecido y consolidado alianzas.

Circulación

Uno de los aspectos que puede aportar a un mayor o menor nivel de incidencia en los territorios por parte de los colectivos de comunicación tiene que ver con sus estrategias de circulación de los contenidos, esa capacidad de llegar a sus poblaciones de interés con los temas y propuestas que a estas más les interesan.

En el caso de los colectivos visitados, se evidenció que 18 de las experiencias utilizan las redes sociales para dar a conocer sus contenidos, procesos, y resultados; nueve, la radio para llegar a sus públicos. Otras siete experiencias han reconocido los festivales y cineforos como espacios claves para circular y socializar contenidos; también, en ocasiones, para escuchar las opiniones de los actores sociales acerca de sus producciones.



“PUUTX WE’WNXI UMA KIWE” Comunicación desde la madre tierra

Una mirada de la comunicación propia como estrategia espiritual y política para la defensa del territorio como garantía de vida.

Por: Dora Estella Muñoz Atillo.
Comunicadora indígena del pueblo Nasa, Cauca (Colombia).

El pueblo Nasa piensa y siente la comunicación desde la Madre Tierra y la nombra en su idioma ancestral como “Puutx We’wnxi Uma Kiwe”. La comunicación indígena es esencialmente espiritual y a su vez, la hemos determinado como una estrategia política y de resistencia; es un componente fundamental, dinámico y presente en todos los momentos de vida, de la organización y de lucha comunitaria, que nos posibilita la coexistencia, el relacionamiento y la pervivencia armónica en el territorio entre los diversos seres.

“Puutx We’wnxi Uma Kiwe” se compone de las vivencias, los relatos y las ritualidades compartidas a través de los Tulpas “espacios de encuentro espiritual, diálogo y comunicación propia”, que representan para el pueblo Nasa saberes y prácticas de comunicación con la Madre Tierra. Estos espacios son también medios de relacionamiento y encuentro entre los distintos seres espirituales, cósmicos, naturales y humanos. Las diversas formas de comunicación han estado presentes en todas los espacios de vida y de lucha del

movimiento indígena. Se trata de una comunicación basada en la tradición oral (saberes, consejos y enseñanzas que se transmiten de los mayores a hijos y nietos), y en la relación con la naturaleza; es una comunicación espiritual porque los Nasas se comunican y apropian los mensajes de la Madre Tierra para mantener una relación de equilibrio y armonía en la familia, la comunidad y la organización.

Esta relación de comunicación natural ha orientado el desarrollo de las distintas acciones territoriales y políticas del movimiento indígena, una de ellas, bastante significativa en la historia organizativa del CRIC, ha sido “la recuperación de tierras”.

En esta etapa de lucha, la comunicación natural estuvo presente especialmente desde la práctica espiritual, eran los “The Wala”, médicos tradicionales, quienes indicaban a los recuperadores el tiempo en que debían hacer el trabajo de “picar” la tierra, es decir entrar a las haciendas, según la seña que orientaran los espíritus.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Otra forma de comunicación en las recuperaciones de tierra, eran las reuniones clandestinas, en las noches de luna llena, a la orilla de los ríos, esto lo hacían los recuperadores para que no los descubriera el patrón e ir seguros y coordinados a su propósito. La comunicación indígena ha comprendido muchas formas y medios, desde lo espiritual, hasta las herramientas técnicas, formas que se han ido adecuando a cada momento de vida y del proceso de lucha.

Viluche Joaquín, sobre la comunicación con la Madre Tierra nos dice:

Desde la comunicación natural, es decir de relación con la Madre Tierra, el Pueblo Nasa define la comunicación como, ‘Puutx We’wnxi’, en lengua indígena, que comprende conversa, diálogo, encuentro y ofrenda a la madre naturaleza. “Puutx We’wnxi. No solo

expresa voces, también sentimientos, pensamientos, relación y cuidado del uno con el otro. ‘Puutx We’wnxi’, es comunicarse a través del encuentro de energías, entre los seres espirituales, naturales y humanos (2015).

Espacios para el Puutx We’wnxi

En cuanto a la comunicación en el pueblo Nasa, Viluche expresa que:

En el pueblo Nasa existen diversas formas, momentos y medios de comunicación, una de las principales es la comunicación con las energías de la naturaleza, o la comunicación espiritual, la cual se da a través de los rituales. En el pueblo Nasa se han determinado cinco rituales mayores de acuerdo con los tiempos y caminos de Uma y Tay. El sol y la luna. También están los rituales personales y familiares. Este es uno de los espacios principales de la comunicación Nasa, esta comunicación se da



según a los espíritus que acompaña a cada ser (2015).

“Ipx Kaa’th” La tulpa. El calor del fuego, la leña y la unión familiar permiten expresar sentimientos, compartir consejos y sabidurías. En este espacio el silencio es una forma esencial de la comunicación, escuchar. Fluyen los conocimientos, se transmiten y se fortalecen los saberes. El “T’p kwet”, el fogón es uno de los principales espacios de la comunicación familiar.

“Pkhakhecx Mjinxi”. La minga es un espacio de comunicación cotidiana y aprendizaje natural. En las reuniones de la minga se conocen noticias, problemas, preocupaciones y proyecciones de la comunidad.

“Puutx We’wnxi”. Comunicación en la asamblea. Otro espacio de comunicación colectiva y muy importante es el encuentro entre las comunidades y las autoridades tradicionales que se da en la asamblea. En esta, se procura la divulgación de información, el diálogo y la decisión. Es un escenario político de gran relevancia en las dinámicas comunitarias.

“Puutx We’wnxi”. Comunicación en las Chicherías. Las chicherías son espacios de comunicación y aprendizaje. Tradicionalmente en los territorios y las comunidades Nasas existen lugares donde se comparte el guarapo o la chicha. En ellos se expresan ideas, sentires, conocimientos; se comparten historias íntimas, experiencias, lo que no parece tan relevante ni se visibiliza ampliamente se cuenta en las chicherías.

“Puutx We’wnxi”. Comunicación desde las formas y los símbolos. La comunicación Nasa se hace desde la práctica. Los símbolos, los colores, los tejidos, para el pueblo Nasa son la expresión del sentimiento, la fuerza, el sufrimiento, la alegría. Cuando una mujer regala un tejido a un

hombre, es un sentir muy especial y de respeto. En los tejidos hay una fuerza espiritual muy significativa. Es la forma de expresar desde el fondo, no con palabras, con hechos.

“Puutx We’wnxi”. Comunicación a través del arte. El arte es en una herramienta que permite comunicar los mensajes dados por la naturaleza. Los tejidos, los mensajes que encontramos en diversos lugares de la naturaleza, los jeroglíficos, las pinturas, la música, la danza, las comidas y bebidas tradicionales.

“Puutx We’wnxi”. Comunicación con los seres animales. Se trata de entender los mensajes de los animales. Todos ellos nos dan una información, nos avisan un tiempo antes de que sucedan las cosas. La visita de un colibrí, las serpientes, las abejas, las mariposas nos comunican asuntos que, como Nasas, debemos saber interpretar.

Tiempos para la comunicación. “Puutx We’wnxi Kiwe Uma”

Existen épocas propicias para cada espacio de comunicación con la Madre Tierra. Está el tiempo de cantar, acariciar y regañar o aconsejar. Las formas propias de comunicación están presentes en todo tiempo y espacio del territorio. La Madre Tierra y el cosmos se mueven de forma espiral, así como nuestro cuerpo, las plantas y los animales. Esto quiere decir que deberíamos mover nuestro pensamiento y actuar de acuerdo con el movimiento espiral de la naturaleza para equilibrar nuestro ser y el hacer familiar, organizativo y territorial. Debemos coordinar nuestras vidas a través de la comunicación espiral del cosmos.

Rituales mayores

El Cxapux. Dar de comer a los espíritus alegres y bullosos. Este ritual se realiza en noviembre y desde octubre llegan a nuestra casa los cucarrones, ellos nos informan que es tiempo del ritual del Cxapux. Los cucarrones se mueren al dar la información, simbolizando la vida y la muerte. Es a la vez una explicación de que la muerte total no existe, que es un cambio de espacio. Se preparan los alimentos tradicionales, se ofrendan plantas y bebidas tradicionales. Es un ritual para compartir con la familia y la comunidad.

Cxu Wala. Ritual en honor a la Madre Tierra y el maíz capio. Se realiza el 21 diciembre. En este ritual vestimos nuestros cuerpos con los distintos colores de la Madre Tierra en agradecimiento; también es un acto de limpieza.

Ipx ficxani. “Apagada del fogón”. Ritual especial para comunicarse con las piedras y las energías del abuelo fuego. Se realiza en marzo. Mediante este ritual se equilibran las energías negativas de la familia y el territorio para buscar la armonía.

Sek Buy. Recibimiento de los primeros rayos del sol que simboliza un nuevo ciclo de tiempo. Se realiza el 21 de junio. Es un momento especial de comunicación con el sol y el viento. En los pueblos andinos lo reconocen como el solsticio.

Sakhelu kiwe kame. Ritual a las semillas nativas que se realiza en agosto. En este momento nos comunicamos con los espíritus, el cosmos y los seres naturales a través de las energías de la luna, el sol, el cóndor, el colibrí y los seres que son del agua, como la culebra, el sapo, la rana, todos los seres que tienen las energías del aguacero. Esta comunicación se establece a través de las ofrendas: comidas, bebidas, plantas medicinales,

música y danza. Agradecemos y damos alegría, ellos también nos alegran y proveen buenas cosechas.

Estos rituales o medios de comunicación con la Madre Tierra, para el pueblo Nasa, se han convertido en una representación de resistencia, defensa territorial y de organización. Comunicarnos y ofrendar a la Madre Tierra nos ha permitido mantenernos para defendernos. El pueblo Nasa es fuerte en la comunicación con el espíritu y las energías del trueno.

Es necesario revivir estas estrategias de comunicación y resistencia, de manera silenciosa, maliciosa, interpretar y seguir los mensajes de la naturaleza. Cuando llegan los seres animales a nuestras casas o parcelas con un mensaje, hay que recibirlos y agradecer. La comunicación con los astros, los caminos de la luna y las energías del sol, nos indica especialmente los momentos o épocas de relacionarnos con la Madre Tierra a través de la siembra. “Se recomienda sembrar cuando el sol esta fuerte con sus rayos sobre la tierra, para conservar y dar fuerza a las semillas propias. La Madre Tierra, como toda madre así le hallamos desobedecido, la hallamos maltratado, sigue comunicándose con sus hijos, sigue transmitiendo los mensajes de vida para protegernos (Viluche, 2015).

“Puutx We’wnxi Nasa Cxahb” - Mandato de Comunicación

Finalmente, los medios y espacios de la comunicación propia se recogen en el mandato de comunicación, el cual se fundamenta a partir del mito de origen del pueblo Nasa:

Dicen que al principio el universo todo era igual, monótono solo existían energías, no había plantas, ni animales. Las energías



quisieron tomar otras formas, Uma (Luna) y Tay (sol), transformaron esas energías, esto lo hicieron a través del Supil, cien pies. Quienes querían tener una forma tocaban las paticas de cien pies y así se convirtieron en plantas, animales y espíritus creándose así se conformó la gran diversidad de seres en la naturaleza. Otros siguieron siendo energías.

A partir de esta transformación, surgió el mandato de comunicación.

Aunque los seres ya no siguiéramos siendo iguales en forma, así tuviéramos cuerpo de persona, planta, animales grandes o pequeños, espíritus o energías, debía mantenerse la relación y la comunicación entre los diversos

seres, nunca debía romperse la relación de comunicación natural, también se debía comunicar en el idioma que nos dieron para conversar entre los seres, para el pueblo Nasa es el 'Nasa Yuwe'.

Es un mandato para los seres Nasas comunicarnos con las plantas, los animales, los espíritus y todos los seres en Nasa Yuwe, como una forma de comunicación que se expresa desde el idioma propio, que da cuenta del sentimiento y la sabiduría que como pueblo tenemos. Comunicarnos en Nasa Yuwe es un mandato que se estableció desde el origen de nuestro pueblo.

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



La comunicación en el proceso organizativo y el uso de las TIC

En los pueblos indígenas del Cauca, la comunicación propia se ha ido fortaleciendo y articulando a diversas iniciativas y nuevas convenciones de información y comunicación instrumental o técnica que hemos llamado medios apropiados, los cuales se adecúan a los distintos momentos de resistencia, vivencias y realidades de la comunidad. Dando así respuesta a las necesidades de visibilizar, informar y denunciar. Además de los espacios propios de comunicación, las comunidades indígenas del Cauca han apropiado e implementado a lo largo de la dinámica comunitaria y organizativa otros medios de información, entre ellos el periódico Unidad Indígena Álvaro Ulcue Chocue, creado en el año 1984, el cual se constituyó en una valiosa herramienta de información dentro y fuera de la comunidad. El periódico permitió visibilizar la propuesta política y organizativa del CRIC, frente a la exigencia de los derechos como pueblos indígenas del Cauca, las recuperaciones de tierra, las movilizaciones y las decisiones que en cada congreso del CRIC se iban estableciendo como objetivo en la plataforma de lucha.

El periódico Unidad Indígena Álvaro Ulcue Chocue se constituyó en un importante espacio de denuncia frente a la persecución constante de los terratenientes y los gobiernos al movimiento indígena del Cauca. Por esta misma época, hacia los años 90, en el CRIC se empezó a capacitar un grupo de jóvenes en producción audiovisual, fue así como con el apoyo de la cineasta Martha Rodríguez y su esposo, se fueron recogiendo memorias audiovisuales de las marchas, los congresos, las recuperaciones de tierra y la masacre del Nilo en 1991. Voces e imágenes que recrean

momentos trascendentales de la lucha indígena en el Cauca.

En la misma dinámica del fortalecimiento organizativo y los programas de apoyo, en 1975 se crea el Programa de Comunicaciones del CRIC. Desde este espacio se desarrollan diversas actividades en el diseño e implementación de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de los colectivos de comunicación en cada una de las zonas indígenas del departamento.

En esta dinámica, desde el movimiento indígena, se va identificando la comunicación instrumental como una herramienta valiosa para visibilizar hacia dentro y hacia fuera lo que viene haciendo la organización. Es así como en 1994, por iniciativa de la comunidad surgió la emisora Radio Libertad, en el pueblo Totoroez, como iniciativa de comunicación interna y promoción de la cultura. En 1996 nació, en el resguardo indígena de Toribio, Radio Nasa, emisora que inició la experiencia radiofónica en el norte del Cauca. En 1998, salió al aire *Voces de Nuestra Tierra*, en el resguardo indígena de Jámalo.

Estas emisoras surgieron con el propósito de fortalecer los planes de vida comunitarios, Proyecto Nasa para el caso de Toribio y Proyecto Global para el caso de Jámalo.

Vilma Rocío Almendra Quiguanás, en su libro *Encontrar la palabra perfecta. Experiencia del tejido de comunicación del pueblo Nasa en Colombia*, cuenta que la dinámica organizativa del Movimiento Indígena del Cauca se ha caracterizado por establecer diversos espacios de capacitación, denominados escuelas, las cuales desde el surgimiento del CRIC tenían como propósito la orientación comunitaria en diversos temas, teóricos y prácticos, uno de los primeros espacios de capacitación organizativa, fueron

los talleres político gremiales del CRIC, posteriormente surgieron las escuelas de capacitación entre ellas (animadores juveniles, delegados de la palabra y la cátedra Nasa Unesco), especialmente en la zona norte, en esta misma dinámica en el año 99, se creó la Escuela de Comunicación en el resguardo de Jámbalo.

Las escuelas y los espacios de capacitación se fueron creando de acuerdo con las necesidades evidenciadas en las comunidades. La Escuela de Comunicación contó con varias áreas de capacitación, entre ellas, radio, video, redacción, fotografía e impresos, en este espacio se capacitaron 80 jóvenes de los distintos resguardos del Cauca, de esta manera se fueron creando algunos programas de comunicación en los cabildos indígenas; pues los jóvenes capacitados eran los encargados de los registros fotográficos, audiovisuales, la elaboración de plegables, carteleras y fueron sumándose al trabajo de la radio en las emisoras existentes.

En el año 2001, desde el Ministerio de Cultura del nivel nacional surge la iniciativa de otorgar emisoras a los pueblos indígenas del país, es así como en el Cauca se instalan siete emisoras indígenas, distribuidas entre los pueblos Nasa, Yanacona, Misak y Kokonuko. Estas emisoras generaron gran expectativa en las comunidades ya que serían manejadas por los mismos indígenas, se realizarían programas en las distintas lenguas indígenas y la comunidad empezaría a escucharse a través de la radio.

En este mismo año la Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca ACIN, estableció un convenio con el Centro Internacional de Agricultura Tropical CIAT, y la Universidad Autónoma de Occidente UAO, para poner en funcionamiento un Telecentro Comunitario. De

esta manera las nuevas tecnologías entraron a los procesos organizativos indígenas del Cauca.

En el año 2004 se crea desde el CRIC, la Asociación de Medios de Comunicación Indígenas de Colombia AMCIC, con el propósito de articular las emisoras indígenas y comunitarias que funcionan en el territorio indígena del Cauca. Actualmente la red AMCIC, agrupa 10 emisoras y adelanta espacios de capacitación política y técnica a las emisoras que hacen parte de la red y otras radios que se vinculan a la dinámica comunicativa, promoviendo la difusión de identidades locales, sus conceptos de vida y convivencia; asumiendo la diversidad cultural como la riqueza más importante del Cauca y Colombia.

En el año 2005, se conforma en la zona norte del Cauca el Tejido de Comunicación y Relaciones Externas para la Verdad y la Vida de la ACIN, desde donde se articula el trabajo comunicativo en cuatro áreas de trabajo radio, video, página web y área de impresos. Estos espacios establecen la dinámica de comunicación técnica, en un instrumento del proceso y en una responsabilidad y derecho colectivo de todos y todas. Es decir, la comunicación como una herramienta para contar los que somos como pueblos, visibilizar la agresión y al mismo tiempo la alternativa que se teje desde las comunidades y relacionarnos entre nosotros y con otros pueblos y procesos.

El tejido de comunicación, asimilándolo a los tejidos de las mayores indígenas, se consolida como una red conformada por hilos, nudos y huecos. Los hilos son todas las herramientas técnicas apropiadas, (radio, video, internet, impresos), y todas las maneras de comunicarse con otros. Los nudos son las personas y las organizaciones que dentro y fuera de la comunidad hacen parte y apoyan la comunicación para

la resistencia de los pueblos, y los huecos son los temas críticos y de fondo que se abordan en espacios de análisis, reflexión, información, decisión y acción en la comunidad (Almendra, 2010).

Frente al avance tecnológico de la comunicación instrumental, las herramientas de información, las TIC y las redes sociales, en el año 2010, desde el Tejido de Comunicación ACIN, se realizó la segunda Escuela de Comunicación “el Camino de la Palabra Digna”, espacio que estableció la necesidad de diferenciar la palabra, es decir, entender el verdadero sentido de la comunicación para la verdad y la vida como una herramienta política y la propaganda mediática de la información de consumo.

Aquí participaron alrededor de 100 personas de los distintos pueblos indígenas y territorios del país, también participaron jóvenes de la Universidad Nacional, Universidad de Antioquia, Univalle, Unicauca y Sur Colombiana, al igual que jóvenes de ciudades como Medellín, Bogotá, Cali y Buenaventura. Esta diversidad,

▮ Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

además del relacionamiento permitió conocer las distintas realidades, contextos, problemáticas y alternativas que se pueden visibilizar y abordar crítica y propositivamente, desde la comunicación con Palabra Digna y en contra de la propaganda mediática.

En el documento Plan curricular del programa de Comunicación Intercultural de la UAIIN – CRIC se plantea la importancia de la comunicación técnica, asumida ya por los pueblos como una herramienta política de resistencia, desde la Universidad Autónoma Indígena e Intercultural UAIIN del Consejo Regional Indígena del Cauca CRIC, en el año 2014 se dio inicio al espacio de formación en Comunicación Propia e Intercultural.

Desde esta iniciativa de formación integral (espiritual, política y técnica), se busca la articulación de las prácticas y los saberes propios de la comunicación, con la utilización de las herramientas técnicas de información. Desde el programa de Comunicación propia e Intercultural de la UAIIN, se entiende la estrategia comunicativa



como un mecanismo de participación y desarrollo integral, haciendo una gran diferencia entre los modos y medios de comunicación.

Entiéndase **como modos de comunicación** la espiritualidad, lengua materna, mitologías, cuentos leyendas, expresiones artesanales, mingas, tejidos, medicina tradicional, comunicación cosmogónica, sitios sagrados, entre otros. Estos determinan una comunicación constante y estratégica para la pervivencia. **Los medios de comunicación**, por el contrario, se asumen como instrumentos técnicos que hemos apropiado como canal de información.

La comunicación en el contexto territorial

Las formas, medios y espacios de la comunicación propia y las herramientas de información se han establecido y articulado en los territorios para visibilizar los procesos, denunciar las agresiones y dar a conocer las propuestas de vida que milenariamente caminan los pueblos. La comunicación instrumental en los pueblos indígenas del Cauca se ha convertido en una estrategia significativa para la resistencia, la defensa territorial y la protección de la vida.

Las herramientas técnicas como la radio, la internet, los impresos, el video y las redes sociales han posibilitado que el mundo conozca la organización y la lucha de los pueblos indígenas del Cauca. Desde las recuperaciones de tierra de los años 70, las innumerables movilizaciones, mingas, marchas y diversas acciones territoriales, las liberaciones de Madre Tierra, la defensa territorial de la Guardia Indígena, el ser y sentir desde los pueblos indígenas, se ha visibilizado a través de la comunicación. Esta forma de comunicación

ha permitido la solidaridad y hermandad con otras comunidades y otros procesos, ante la permanente represión que viven los pueblos.

Sin embargo, la comunicación a través de las herramientas técnicas no sería tan significativa si no se articula y se nutre desde las dinámicas propias de comunicación, como las asambleas, los congresos, las mingas, las movilizaciones y las ritualidades, entre otras. **Para que la comunicación le sirva a los procesos debe encaminarse a fortalecer la conciencia para seguir resistiendo pacíficamente desde el territorio y seguir siendo instrumentos de comunicación política estratégicas, que caminan la palabra de la conciencia colectiva en defensa de la vida y el cuidado de la Madre Tierra.**

A caminar la palabra de vida ante la represión y la muerte

La zona norte del Cauca es un territorio rico y diverso habitado ancestralmente por comunidades campesinas, afro y en su mayoría por comunidades indígenas del pueblo Nasa; quienes incansablemente han venido adelantando acciones de resistencia para la defensa de territorio, el cuidado de la vida y el fortalecimiento de la cultura. Desde hace varios años, en el norte del Cauca, se viene dando una disputa por el control del territorio entre los grupos armados estatales e ilegales, recientemente las bandas criminales, delincuencia común, carteles del narcotráfico, entre otros, se disputan el manejo de los recursos económicos generados por el narcotráfico, el poder político y el control de la población.

Casi nada ha cambiado en el llamado posconflicto, ahora se vive uno de los momentos más críticos en el orden político, organizativo y territorial debido al incremento y reorganización de nuevos grupos armados, quienes sustentan su guerra mediante el narcotráfico y son los

responsables de las amenazas y asesinatos selectivos de líderes de estas comunidades. Además de las confrontaciones armadas que nuevamente se presentan en estos territorios. De igual manera, las políticas gubernamentales, que deslegitiman y desconocen los derechos colectivos de los pueblos, afectan los espacios de vida de la Madre Tierra, mediante la explotación indiscriminada de los bienes comunes, deteriorando la convivencia y la armonía territorial. El momento actual que viven las comunidades y la organización indígena del norte del Cauca es bastante crítico; la violencia y la estrategia de guerra contra los pueblos se ha intensificado.

En cuatro meses del último semestre del año 2019 han asesinado a ocho guardias indígenas, una autoridad tradicional Sat'wexs y un sabedor espiritual de los cabildos del municipio de Toribio, Cauca. Se han presentado cuatro atentados a coordinadores de la guardia indígena; dos autoridades tradicionales Sat'wexs y un exgobernador tuvieron que salir del territorio para salvaguardar sus vidas. También alrededor de diez guardias indígenas han emigrado de sus comunidades. Toda la estructura de la guardia indígena y las autoridades tradicionales de la zona norte del Cauca se encuentran amenazadas y en alto riesgo de ser asesinadas. Además de los asesinatos de guardias indígenas, autoridades tradicionales e integrantes de las comunidades indígenas, se suman los homicidios de campesinos y desmovilizados de las FARC.

La masacre del pasado 29 de octubre de 2019, en la vereda La Playa del Resguardo de Tacueyo, municipio de Toribio, Cauca, donde fueron fusilados cuatro guardias indígenas y una autoridad tradicional Sat'wexs, ha sido la más clara muestra de un ataque contra la dignidad y la resistencia pacífica del pueblo Nasa. Para la organización indígena y las comunidades del territorio existen serias sospechas de la complicidad y posible

articulación entre los diversos grupos armados que ocupan ahora el territorio norte caucano; se evidencia una clara omisión de la fuerza pública al no actuar frente a los diversos hechos que se han presentado recientemente, todos los asesinatos han ocurrido a escasos metros de los retenes militares, los grandes cargamentos de marihuana, químicos para el procesamiento de la base de coca, las armas y los secuestrados han sido movilizadas por las rutas donde se instalan alrededor de siete retenes del Ejército y la Policía en el norte del Cauca. El territorio siempre ha permanecido militarizado por ejércitos de fuerzas especiales, incluso en las comunidades indígenas se han ubicado batallones de alta montaña, puestos de policía en los municipios norte caucanos, lo que no ha significado ninguna garantía para el cuidado de la vida, por el contrario, ha puesto en mayor riesgo a las comunidades por las confrontaciones y señalamientos.

Las razones de la presión armada violenta que ha ocasionado las masacres, asesinatos selectivos, las amenazas y desplazamientos de las que vienen siendo víctimas, principalmente la guardia indígena y autoridades tradicionales en el norte del Cauca; van más allá de los cultivos de uso ilícito, señalando a las comunidades indígenas como únicas responsables.

Existen grandes riquezas en nuestros territorios, como agua, oxígeno, biodiversidad y diversos minerales, y sabemos del interés de empresas multinacionales, quienes, con la permisividad del Gobierno Nacional, pretenden construir represas, explotar los minerales, implementar proyectos turísticos, construir rutas y redes desde la Amazonia y la Región Andina para garantizar el tráfico de todas las riquezas naturales.

Por otra parte, el transnacional negocio del narcotráfico se consolida y con él se lucran diversas instancias, desde los gobiernos, las fuerzas

militares, empresarios, bandas y carteles. De igual manera, se da el tráfico de armas y de personas, en general, el crimen que se organiza a través de los ejércitos y grupos armados corporativos, para garantizar la funcionalidad del despojo, atacan sin reparos en el Cauca, el país y el continente a quienes ven como obstáculo; entre ellas a comunidades y organizaciones indígenas, campesinas, afros, movimientos sociales, estudiantiles y todos quienes se opongan al sometimiento para el despojo.

Conclusiones

Ante este panorama, la comunidad Nasa del norte del Cauca, la cual se caracteriza por su fuerza organizativa, agrupada en 21 cabildos y siete planes de vida, integrados a la Asociación de Cabildos Indígenas de Norte del Cauca (ACIN); y, Chxab Wala Kiwe, organización de base que centra su accionar en la defensa de la vida, el cuidado del territorio y el fortalecimiento político organizativo, retoman sus dinámicas y estrategias de cuidado y defensa, mediante las acciones de control territorial, lideradas por la Guardia indígena y la comunidad, la revitalización de las prácticas y saberes ancestrales desde la educación propia, el posicionamiento y rescate de las dinámicas de economías tradicionales, los espacios de análisis y formación en tulpas de pensamiento, ejerciendo así, la autonomía y resistencia para el cuidado y conservación del territorio como herencia ancestral.

A partir de la dinámica organizativa que se gesta en el norte del Cauca, la comunicación ha sido una herramienta fundamental para la visibilización del contexto, las apuestas organizativas y las realidades territoriales.

La comunicación indígena, entendida desde la espiritualidad, los saberes y prácticas tradicionales, en articulación

con las herramientas tecnológicas, se ha constituido para el pueblo Nasa en una estrategia y herramienta política para la resistencia y pervivencia. De no ser por la comunicación que, con diversas limitaciones, se ha venido ejerciendo desde los territorios a través de las emisoras indígenas, comunitarias y los colectivos de comunicación, el país y el mundo no conocería las verdaderas razones de la guerra que han implementado diversos actores contra las comunidades y los pueblos.

Sin embargo, en este difícil momento organizativo y territorial, también la palabra de los pueblos se encuentra en riesgo. Entre las múltiples amenazas que han circulado, han declarado objetivo militar a líderes, autoridades ancestrales, guardias indígenas y comuneros y también han sido blanco de amenazas los comunicadores indígenas.

Por consiguiente, los comunicadores y comunicadoras, desde el territorio nortecaucano, llamamos y convocamos de manera urgente a la solidaridad, hermandad y conciencia de periodistas éticos y comprometidos con la verdad, para sumarse con una palabra clara y consciente que posibilite la información, el análisis y la denuncia, que promuevan la movilización representada en acciones que contribuyan a continuar cuidando el territorio y defendiendo la vida.



▮ Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Bibliografía

- Almendra Quiguanás, V. (2010).** *Encontrar la palabra perfecta*. Experiencia del tejido de comunicación del pueblo Nasa en Colombia.
- Asociación de Cabildos Indígenas del Norte del Cauca (ACIN) (2005).** *Documento político, tejido de comunicación*, agosto de 2005.
- Centro de educación, capacitación e investigación para el desarrollo integral de la comunidad (CECIDIC) (2015).** *Mayores y mayores sabedores espirituales y recuperadores de tierras*. Relatos.
- Consejo regional indígena del Cauca (CRIC).** *Plan curricular de comunicación propia*. Programa de Comunicación Intercultural UAIIN – CRIC. Recuperado de: <https://www.cric-colombia.org/portal/proyecto-politico/programa-comunicaciones/>. Fecha de consulta: 10 de noviembre de 2019.
- Viluche, J. (2015).** Entrevista realizada al investigador del pueblo Nasa, Jaquín Viluche, febrero de 2015.

Comunicación local, paz y territorio: una apuesta que transforma

Por: Lorena Cantillo Turbay |



Asociación de radiodifusión comunitaria Vokaribe |

La experiencia

Durante el desarrollo del *Estado del Arte sobre Colectivos de Comunicación* propuesto por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, tuve la oportunidad no solo de recorrer algunas experiencias de comunicación, sino también de encontrarme con personas que conocí hace casi 20 años liderando la radio infantil en emisoras comunitarias y de conocer nuevos actores sociales que en lo local le apuestan a procesos con poblaciones vulnerables; tener conversaciones con niños, adolescentes, jóvenes, adultos, hombres y mujeres protagonistas de estas experiencias. Este recorrido, que me llevó a Atlántico, Bolívar, Cesar, Chocó y Santander, me permitió reafirmar que son estos procesos y esas personas las que han sostenido y siguen sosteniendo de muchas maneras al país, con sus ganas, sus resistencias, sus creaciones, sus memorias narradas, sus diálogos intergeneracionales, sus silencios, sus recuerdos y sus apuestas transformadas en

historias que cuentan realmente quiénes son y cómo es su territorio.

Una experiencia como la vivida con nueve colectivos de comunicación en horas de conversaciones, tanto individuales como grupales, da la posibilidad de acompañar grabaciones en exteriores y jornadas de formación y de compartir con víctimas directas del conflicto armado que hablan de paz, memoria, reconciliación y perdón. Además, entrega tanta información convertida en vivencias untadas de territorio, que, se intuye, las palabras siempre quedarán cortas para contar todo lo que sucede en esta Colombia profunda, donde pasan cosas maravillosas cuando se utiliza la comunicación como un pretexto para transformar.

Decidí entonces hablar de paz, de la construcción de paz que día a día y durante por lo menos dos décadas algunas de estas personas y estos colectivos hacen realidad en sus municipios, ciudades y regiones. **La paz entendida desde la**

cotidianidad de la vida, desde el estar y apropiar un territorio a través de la cultura, del derecho a la comunicación y la libre expresión, de la identidad y de la memoria; esta paz que no ha dependido de la terminación de un conflicto armado, si no del esfuerzo, la obstinación y las necesidades de quienes trabajan para lograrla.

¿Por dónde comenzar? El contexto país y la paz estable y duradera

El Acuerdo Final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera fue el resultado del proceso de negociación llevado a cabo entre el Gobierno Nacional y las FARC-EP para poner fin al conflicto armado nacional. Una negociación que se desarrolló entre 2012 y 2016 en La Habana, Cuba, a través de tres fases: exploratoria, fin del conflicto y construcción de paz. Fue, además, una negociación liderada por delegados del Gobierno y de las FARC-EP, que contó con la participación

de actores sociales, gremiales, institucionales y políticos que, de una u otra manera y a través de diferentes mecanismos, dieron a conocer opiniones, puntos de vista o propuestas en el marco del proceso. En los casi cuatro años de negociación pasaron muchas cosas, muchos acuerdos y desacuerdos en algunos sectores de la población, pero al final, en noviembre de 2016, se llegó a un Acuerdo Final firmado y refrendado (Gobierno Nacional, 2016).

Para algunas personas los diálogos en La Habana o la firma del Acuerdo se constituyeron en la primera vez que escucharon hablar de construcción de paz, la primera vez que alguien les decía que la paz se construía entre todos, que cada uno, desde el lugar donde nos encontramos, tenemos un papel que cumplir. Para otros, principalmente algunos de los que viven en las ciudades capitales, eso de la paz era un tema de otros, de esos otros que viven en el campo, en las montañas o en las selvas, en la Colombia rural, esa donde se vivía el conflicto armado.



Sin embargo, la paz sí nos compete o nos convoca a todos los colombianos porque cuando hablamos de paz, lo hacemos más allá de la negociación del conflicto armado; y cuando hablamos de construcción de paz, lo hacemos desde el día a día, desde acciones y procesos cotidianos en la Colombia, urbana y rural, como lo demostró el recorrido que hice por estas experiencias de comunicación local en diferentes lugares del territorio nacional.

PAZ... ¿de qué se habla cuando hablan de paz?

Confieso que sentía que esta paz -no la de escritorio, sino la de las calles, los parques, las cámaras, las historias contadas a varias voces y las palabras convertidas en imágenes que narran claramente iba más allá de lo que personalmente conocía en términos teóricos o conceptuales sobre paz y conflicto. Así, pues, desempolvé algunos textos y busqué otros para intentar hablar desde un lugar que no solo cuenta o describe, sino que construye y aporta; claramente lo que

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



hacen estas experiencias es aportar al país en la construcción de paz, la reconstrucción de la memoria colectiva, el restablecimiento de derechos y el fortalecimiento del tejido social. Eso es claro cuando miramos lo que sucede con estas experiencias en nuestra Colombia mestiza, afro o indígena, cuando conocemos los actores que participan en ellas y evidenciamos sus resultados.

La conceptualización sobre la paz es extensa, diversa, inacabada, es decir, es también un proceso en construcción, como la paz misma. Sin embargo, con el fin de contar con un referente general que le dé marco a esta reflexión, mencionaré aspectos relacionados con algunos aportes conceptuales: la paz negativa, la paz positiva, la paz imperfecta y la paz transformadora.

La paz negativa

Es un concepto que se relaciona de manera directa con la ausencia de conflicto armado, de enfrentamiento directo; tiene su origen en la cultura grecorromana, en la cual la paz está directamente vinculada con la ausencia de guerra, con la firma de un acuerdo posterior a un conflicto armado y con la defensa del “nosotros” frente a posibles amenazas de los “otros”. La paz negativa tomó fuerza en el marco de la investigación y conceptualización sobre paz en la década de los cincuenta y hasta los 70 en relación directa con el estudio sobre las guerras, el desarrollo de armamentos y las relaciones internacionales marcadas por la guerra fría (Muñoz, 1998).

En esencia, la paz entendida desde la perspectiva de la Paz Negativa se convierte en un instrumento que propicia la justificación de las estrategias necesarias, incluida la guerra, para el mantenimiento del orden y el control sociopolítico frente a las amenazas al Statu Quo externas e internas. (Ramos Muslera, 2016, Pág. 515).

La paz positiva

Johan Galtung, politólogo noruego considerado uno de los principales autores sobre la investigación sobre paz y conflicto, da un salto en la conceptualización sobre la paz al involucrar nuevos referentes que amplían la mirada más allá de la eliminación de un conflicto. Galtung plantea la violencia en tres dimensiones: directa, vinculada con lo físico, verbal y visible, y la violencia estructural y la cultural, que aunque no son visibles son igualmente peligrosas para el desarrollo del ser humano. En correlación directa a estas dimensiones de la violencia, Galtung habla de la paz directa, paz estructural y paz cultural, y a estas dos últimas las relaciona con la justicia social, el desarrollo integral y las necesidades satisfechas.

Desde este paradigma se sostiene que la investigación y la acción para la paz no debe limitarse al análisis de los medios y técnicas para prevenir o terminar con la guerra, sino que debe preocuparse por el estudio de las violencias y los conflictos “a todos los niveles que afectan a la calidad de vida de los seres humanos” (Ledrach, 2000, Pág. 35). En este sentido, se entiende que además de los pertinentes “alto el fuego” o “negociaciones de la guerra”, en clave de Paz Directa, es necesario impulsar un proceso de construcción de paz que profundice en aspectos relacionados con las causas estructurales y culturales de los conflictos (Ramos Muslera, 2016, Pág. 517).

Paz imperfecta

En los estudios sobre la paz Francisco Muñoz, historiador y académico que dirigió el Instituto

de Paz y Conflictos de la Universidad de Granada, para romper con aquellas concepciones previas que proponían la paz como algo acabado, perfecto y por tanto, para algunos investigadores, inalcanzable y utópico, aportó el concepto o la categoría analítica de Paz Imperfecta. Muñoz (2001), además de mostrar que la paz es un proceso social en permanente construcción cuyo sentido debe reafirmarse por sí misma y no con relación a la presencia o ausencia de la guerra, planteó la importancia de reconocer la diversidad de prácticas sociales, culturales, actitudes, valores y conductas pacíficas presentes en los seres humanos que hacen cotidianamente la paz, incluso en medio de escenarios conflictivos.

También son muchos los valores añadidos al respecto: cambia la percepción que tenemos sobre nosotros mismos, al reconocer que históricamente la mayor parte de nuestras experiencias han sido pacíficas; genera esperanza; es movilizadora; o hace confluir a los/as distintos/as trabajadores/as de la paz al relacionar sus prácticas. Lejos de interpretaciones simplistas de «buenos y malos», nos permite, y obliga, reconocer en los actores de los conflictos realidades (vivencias, valores, actitudes, etc.) de paz. Y por último la «imperfectación» nos acerca a lo humano, donde es posible la convivencia de aspectos positivos y negativos, de aciertos y errores. (Muñoz, 2006, Pág.18).

Paz transformadora

La paz transformadora se ubica entre las nuevas tendencias en los estudios sobre paz, entre otras razones porque además de desligar la paz de la violencia y ahondar en el tema de las



necesidades, la relaciona directamente con una construcción social en la que cobran un valor trascendental la convivencia humana y el sentido que las personas dan a las acciones, prácticas e interrelaciones en los espacios compartidos. Las personas y sus redes de relaciones son las protagonistas.

La paz se relaciona con la convivencia en los ámbitos micro, meso y macro, y se entiende como un proceso vital de transformación de modelos de convivencia que inhiben o violentan la atención de las necesidades del conjunto de la población en modelos sinérgicos de atención integral de las mismas. Se conceptualiza, por tanto, como un proceso que plantea cambios de las necesidades que cada ser humano construye, de los medios y modos de atenderlas, de las prácticas que realiza, así como de las redes de relaciones que cada uno y cada cual contrae en la vida sociocomunitaria. (Montañés & Ramos, 2012, Pág. 257).

Colectivos de comunicación en Colombia: sentidos y transformaciones

Me referiré a las siete experiencias de comunicación local que visité en el marco del estado del arte que se realizó con un total de 20 experiencias. Mi interés en este punto es presentar los colectivos en términos generales, para posteriormente verlos en clave de apuestas, logros y transformaciones en una relación directa no solo con elementos de la paz transformadora, sino también con sus propios aprendizajes.

SONORIDADES: Una apuesta por la comunicación radial, ciudadana y comunitaria



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

ENCOMUNIDAD es un proyecto que la Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio implementa, con la financiación de la empresa privada de energía ISAGEN, en los municipios de Girón, Lebrija, San Vicente de Chucurí, Puerto Wilches, Betulia y el corregimiento de Puente Sogamoso. Su objetivo es promover iniciativas de comunicación radial para, a través de franjas periodísticas producidas por colectivos de comunicación, abordar temáticas de interés regional y local con la participación de los diferentes actores y sectores presentes en el territorio. Una apuesta para hacer realidad una opinión pública crítica y favorable a la paz, el cambio social, la equidad y la convivencia ciudadana.

Los colectivos locales están integrados por líderes del municipio y personas vinculadas a las radios comunitarias (entre tres y cinco personas). En Puente Sogamoso y San Vicente de Chucurí los conforman comunicadores empíricos,

escritores de vocación, radialistas comunitarios; líderes sociales, ambientales y campesinos, músicos, hombres (en su mayoría) y mujeres que reconocen la necesidad y la importancia de pertenecer a espacios que, como estos, les posibilitan construir narrativas propias, involucrar a la comunidad, hablar de temas que realmente les interesan, aportar a la transformación local y regional.

Cada mes los colectivos realizan dos programas por cada tema. Entre ellos se distribuyen los roles de acuerdo con sus fortalezas, experiencias e intereses; realizan la investigación, el trabajo de campo, la producción de los contenidos, la postproducción y la difusión del programa en la radio comunitaria. Todos los programas cumplen una política editorial del proyecto: la participación de las diferentes voces representativas de la comunidad, en especial, las de los ciudadanos de a pie. Estos programas son evaluados posteriormente a su emisión no solo por un comité

editorial (guardián del mensaje), sino también por el mismo colectivo y en una jornada con las audiencias, a la cual se invita a distintos actores de la comunidad.

Asociación Radio Comunitaria de San Gil - La Cometa

En diciembre de 1997 sale al aire la emisora comunitaria La Cometa en San Gil, Santander, para hacer realidad el sueño de las organizaciones sociales, eclesiales, educativas, solidarias y corporativas interesadas en contar con un medio de difusión radial que les permitiera democratizar la palabra y propiciar la circulación de información, historias y opiniones de lo que sucedía, un medio comunitario que les ayudara a construir y también a transformar el territorio.

Desde sus inicios La Cometa vinculó de manera directa a niños, adolescentes y jóvenes y eso se ha mantenido con el paso de los años. En la actualidad están activos el Colectivo Infantil Cometines y el Colectivo Juvenil Sin Frecuencia; existe además una alianza con el Colegio La Presentación para recibir a practicantes de undécimo grado, y se trabaja articuladamente con un colectivo integrado por jóvenes de esa misma institución educativa que abordan el tema de derechos de las mujeres.

En general, los niños, adolescentes y jóvenes que participan en La Cometa han encontrado en la comunicación radial una oportunidad para poner en práctica su derecho a expresarse; fortalecer sus capacidades para la creación de historias y realización de programas, compartir con los otros, expresar sus sentimientos, sus gustos y opiniones, conocer otros puntos de vista y hablar sobre hechos que suceden en sus barrios, colegios y en su comunidad. Entre los temas trabajados por estos grupos están los relacionados con

derechos sexuales y reproductivos, reconstrucción de memoria del conflicto, cultura de paz, música y nuevas tecnologías, historias y tradiciones de la región, entre otros.

Vokaribe Radio, Emisora comunitaria del suroccidente de Barranquilla

En 2010 Vokaribe recibió la licencia de funcionamiento como emisora comunitaria, sin embargo, su experiencia con la comunicación radial y los procesos organizativos y de formación en el suroccidente de Barranquilla se ubican entre 1993 y 1995, cuando se creó la Asociación de Radiodifusión Comunitaria. Son muchas las historias vividas durante estos años, desde la radio por altoparlante, la emisora “sin papeles” cerrada por el ministerio, los procesos de fortalecimiento interno, las alianzas nacionales y los aportes al debate sobre la reglamentación de la radio comunitaria en el país, hasta la crisis y desarticulación para una posterior reactivación, desde la cual se define o consolida el horizonte por seguir.

El fortalecimiento institucional y la definición de su proyecto político y comunicativo ha sido clave para la sostenibilidad del proceso. Su apuesta por democratizar el derecho a la información, a la comunicación y a la libre expresión ha sido el foco de sus acciones, procesos y alianzas. Su trabajo de la mano con organizaciones sociales de la ciudad le ha permitido visibilizar otros discursos, otras voces y otras realidades que existen y resisten en el suroccidente de Barranquilla.

En la parrilla de programación de Vokaribe se observa las diferentes voces que enriquecen el discurso, la reflexión y se apropian de su derecho a la comunicación: Red Sur, que trabaja por el

empoderamiento de niños, adolescentes y jóvenes; Plataforma Caníbal, grupo de artistas locales; Caribe Afirmativo, organización que trabaja la diversidad sexual; la Dirección de Investigaciones de la Universidad del Norte, que busca sacar a la ciencia de la academia y acercarla a la gente; la Corporación Universitaria de la Costa -CUC- que aborda temas para la convivencia local; y otras personas y grupos que realizan programas sobre las músicas urbanas y locales, los derechos humanos, el conflicto y la construcción de paz, la identidad caribe o la literatura, que han logrado contar de manera cercana y con narrativas propias la diversidad existente en su territorio.

Colectivo de comunicación El Hatillo, El Paso, Cesar

En el 2010 el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial ordenó, a través de una orden ministerial, a las multinacionales Drummond, CNR (Colombian Natural Resources) y PRODECO, realizar el reasentamiento de las poblaciones de Plan Bonito, Boquerón y el Hatillo, en el departamento del Cesar, zona de influencia de la actividad minera de explotación de carbón a cielo abierto. Entre 2012 y 2018 se realizó la negociación entre las empresas y la comunidad, la refrendación de los acuerdos y la firma de plan de acción del reasentamiento, todo en el marco de un proceso para el restablecimiento de los derechos y de condiciones de vida saludables para estas poblaciones.

En este contexto, en el año 2015 surgió el Colectivo de Comunicación de la vereda El Hatillo como respuesta a la necesidad de promover la participación de los niños, adolescentes y jóvenes en el proceso de reasentamiento, difundir en la comunidad información que contribuya a su comprensión y recuperar la identidad cultural y la memoria del territorio, tanto en la etapa de

transición (pre-traslado) como en el reasentamiento al nuevo territorio (traslado).

En la actualidad los integrantes del colectivo tienen entre 10 y 17 años, y les gusta ser parte del colectivo no solo porque ahora se expresan mejor y tienen un mejor desempeño educativo, sino porque allí han descubierto su vocación, sus gustos y sus intereses por el trabajo en la comunidad, por la comunicación y el diálogo intergeneracional y porque han aprendido a hacer producción radial, audiovisual y fotográfica. Por su parte, **los líderes de la vereda consideran que el Colectivo de niños y jóvenes de El Hatillo terminó con el “teléfono roto” en la comunidad y ha promovido el rescate de sus tradiciones, de su historia y de cultura.**

Colectivo de comunicación Montes de María Línea 21

El Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21 cumplió 25 años en 2019: cinco lustros de lucha, resistencia y creatividad, de construir sueños paso a paso y poco a poco, como lo describen sus fundadores. Fue creado por un grupo de comunicadores sociales, gestores culturales, docentes y líderes comunitarios unidos por la amistad e interesados en propiciar espacios de comunicación y diálogo que apostarían al cambio y la transformación social, para consolidar la participación y la construcción de identidad y ciudadanía en un territorio marcado por el conflicto armado.

Con el paso de los años el Colectivo se fue afianzando en el territorio a través de proyectos



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



que, financiados por actores públicos y privados, nacionales e internacionales, permitieron sentar bases, fortalecer capacidades, empoderar a las comunidades y romper cadenas de silencios para que las niñas, los adolescentes, los jóvenes, las mujeres y los campesinos se cuenten y narren desde sus historias el territorio, su cultura, su identidad, sus vivencias.

Con el contexto nacional actual, de transición, del silencio de unos fusiles y el resurgimiento de otros y de implementación de los Acuerdos de La Habana, el Colectivo Línea 21 cree que no puede estar al margen de lo que sucede; por tanto, su apuesta está dirigida a poner su experiencia, conocimientos, saberes, prácticas y metodologías al servicio de estos tiempos para defender la paz y consolidar la memoria histórica. **Hoy hacen posible esta apuesta desde el Festival Audiovisual de los Montes de María y El Museo Itinerante de la Memoria El Mochuelo, consolidados como espacios de producción y circulación de contenidos que les permiten a los pobladores de los Montes de María narrar su territorio y narrarse desde las historias vividas y desde las apuestas presentes y futuras.**

Colectivo de comunicación Kuchá Suto – San Basilio de Palenque

Entre 1998 y 2001 el Colectivo Kuchá Suto inició sus actividades de formación y producción de contenidos radiales sobre el rescate de la lengua palenque en la institución Educativa Benkos Biohó, vinculando a estudiantes, docentes y directivos. Sin embargo, el ciclo de violencia que afectó a Los Montes de María propició un periodo de estancamiento hasta que, en 2004, se reactivó el proceso con la vinculación de nuevos integrantes, que propusieron ampliar la perspectiva: trabajar más allá de la institución educativa y vincular la formación y producción

audiovisual. Siguiéron años de formación del equipo, fortalecimiento institucional, consolidación del proyecto comunicativo, y en 2010, con la creación de la Casa de la Cultura, el Colectivo asumió la coordinación del Centro de Medios Audiovisuales.

Durante estos años el colectivo no ha cambiado su apuesta ni sus objetivos, relacionados con preservar el patrimonio cultural e inmaterial de San Basilio de Palenque, pero sí ha transformado las formas de conseguir esas apuestas: reorganizó el equipo base para consolidar una apuesta estratégica desde la gestión de proyectos. Así, se pasó de un trabajo dirigido exclusivamente a la institución educativa y a la producción radial a unas apuestas que vinculan a toda la población palenquera, población desplazada y otra que se encuentre por fuera de San Basilio; se amplió la producción a lo audiovisual, lo musical, lo digital y el cine, y se encontró en el documental una nueva forma de narrar con lenguajes propios.

En estas apuestas surgen proyectos diversos. Por un lado, el Festival de audiovisual, cine y video comunitario, un punto de encuentro y expresión de experiencias diversas de la región de los Montes de María y del país. Por otro, el proyecto del Archivo audiovisual y sonoro, desde donde se identifica, repatria y organiza el material producido en diferentes lugares e instancias de todo el país sobre San Basilio de Palenque en fotografía, tanto si se trata de textos escritos como documentales. Este último ha permitido identificar al menos el 80 % de las producciones que se hicieron en Palenque, y en 2018 se logró repatriar aproximadamente veinte piezas. Además, otros proyectos o acciones permanentes realizan procesos de formación y producción para visibilizar no solo el patrimonio y la memoria cultural, sino también

las historias, tradiciones y prácticas ancestrales, en muchas ocasiones, a través de diálogos intergeneracionales.

Asociación de Jóvenes Desplazados Nueva Imagen en Unión -AJODENIU- Quibdó, Chocó

AJODENIU inició trabajos en el 2000 a raíz de la discriminación social frente a los jóvenes víctimas del conflicto armado. La asociación fue conformada por jóvenes que, junto con sus familias, fueron desplazados por la violencia y llegaron a la Zona Norte en Quibdó, específicamente al barrio Villa España. Se creó formalmente en 2002, y durante varios años realizaron actividades en la comunidad con el enfoque de prevención y protección de los niños, niñas, adolescentes y jóvenes, en el marco de actividades deportivas y culturales. Su trabajo se desarrolla en uno de los sectores de la ciudad con mayores problemas, relacionados en su mayoría con altos índices de pobreza, carencia de servicios básicos, desempleo e inseguridad.

Después de varios años de presencia en la zona y de contar con el reconocimiento de la comunidad y de algunas instituciones locales; en el 2015 presentaron una propuesta al Comité Olímpico Internacional para la implementación del Proyecto Vení Jugá, una apuesta que contó con el apoyo de la Alcaldía de Quibdó y ACNUR. Este proyecto se realizó entre 2016 y 2018, y utilizó el deporte como una herramienta de convocatoria para que los niños y adolescentes entre los 9 y los 17 años se motivaran a participar. Su apuesta consistió no solo en generar

mecanismos de protección y brindar apoyo psicosocial tanto a los participantes como a sus familias; también en realizar procesos de formación en liderazgo, salud sexual y reproductiva, trabajo en equipo, convivencia, derechos, autoestima, comunicación, entre otros, así como en fortalecer las capacidades deportivas en voleibol, basquetbol y fútbol sala.

El marco del proyecto Vení Jugá se conformó un colectivo de comunicación que promovió acciones informativas con los niños y sus familias, desde el cual, a partir de otros procesos de formación, se crearon contenidos y producciones en video y en audio relacionadas con las tradiciones culturales de la región, como gastronomía, así como en historias y relatos del conflicto armado. En 2018 finalizó el proyecto Vení Jugá y con eso la financiación; sin embargo, los integrantes de la asociación continúan realizando actividades con niños y adolescentes, principalmente en áreas deportivas y formativas en Villa España, así como comunicativas en la Institución educativa Pedro Grau y Arola.

Colectivos y construcción de paz: formar para contar, narrar para transformar. La comunicación local y su aporte a la construcción de paz en Colombia

Esta reflexión final se enriquece a partir de dos fuentes principales, algunos aspectos desarrollados con el concepto de Paz Transformadora¹ (Ramos, E., 2003) y las prácticas, logros y aprendizajes de los colectivos de comunicación que visité. El diálogo entre fuentes nos entrega

¹ La paz relacionada con la convivencia y entendida como un proceso vital de transformación; La paz implica el desarrollo de procesos construidos participativamente desde la diversidad de conocimiento; La paz como transformación en las correlaciones de fuerzas, en las relaciones de poder y dominación; La paz para apostar por la construcción colectiva de memoria histórica, verdad, garantías de no repetición y exigir reparación integral a las víctimas. (Ramos, E., 2016).

insumos para reconocer que el trabajo que realizan estas personas -niños, adolescentes, jóvenes y adultos- en diferentes lugares del país, aporta día a día a la construcción de paz: así lo han hecho desde hace mucho tiempo y así lo seguirán haciendo.

La paz relacionada con la convivencia y entendida como un proceso vital de transformación

La experiencia del Colectivo de comunicación de El Hatillo, en el Paso, Cesar, muestra cómo la comunicación hecha por un grupo de niños, adolescentes y jóvenes de esta vereda ha aportado para “acabar con el teléfono roto” y propiciar flujos de comunicación en un espacio de reasentamiento. Las acciones y procesos desarrollados han transformado hechos cotidianos de la convivencia en la comunidad, fortalecido el tejido social a través de diálogos intergeneracionales y aportado a la recuperación de la memoria, histórica y cultural, colectiva.

“El Colectivo ha aportado a reconstruir el tejido social que tenía rupturas por el mismo proceso de reasentamiento. Ver que el proceso le ha ayudado a los niños y jóvenes a expresarse mejor y a hablar con argumentos para exponer sus ideas y propuestas, ha hecho que los adultos pensemos que debemos seguir ese camino, porque eso ha permitido mejores relaciones en la comunidad. Se acabó el teléfono roto porque, además, comenzaron a facilitar y hacer fluir información veraz, clara y oportuna”. (José Correa, coordinador de la Comisión de transición en el marco del reasentamiento, vereda El Hatillo, conversación personal, 17 de agosto de 2019).

AJODENIU, en la zona norte de Quibdó, ha demostrado durante sus años de trabajo que la convivencia también puede ser posible en espacios tomados por fuerzas diversas, que el deporte como pretexto para motivar la participación y la comunicación como herramienta de empoderamiento puede contribuir para que niños, niñas



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

y adolescentes tengan una opción diferente, una que los vincula en procesos que transforman sus vidas.

“La construcción de paz que AJODENIU está realizando desde hace 16 años se basa en la humanidad, en reconocernos como seres humanos, con diferencias, pero teniendo como base el respeto por el ser, ¿cómo podemos convivir de una manera digna sin que afectemos al otro con nuestras acciones? Los niños con quienes trabajamos ven eso, lo viven en lo cotidiano; cosas tan sencillas y culturales en estos contextos como jugar golpeándose no se dan en el contexto de las acciones y procesos de la Asociación, y eso se logra dialogando con los chicos, mostrándoles ejemplos. Y lo otro importante es los valores humanos en la práctica, en las acciones, no en el papel ni en la palabrería como sucede con muchas cosas en el país”. (Jaminton Robledo, director AJODENIU, conversación personal, 22 de agosto de 2019).

La paz implica el desarrollo de procesos construidos participativamente desde la diversidad de conocimiento

VOKARIBE Radio, en el suroccidente de Barranquilla, construyó de manera colectiva su proyecto político comunicativo, una apuesta que reconoce la radio comunitaria como el escenario para democratizar el derecho a la comunicación y la información, para aportar a la construcción de ciudadanía y brindar espacios de expresión a los grupos invisibilizados por los medios tradicionales presentes en la ciudad.

“Vokaribe se ha puesto la camiseta, camina de la mano de la diversidad, ha hecho una apuesta por estas agendas silenciadas o no visibilizadas. Vokaribe ha generado puentes con diferentes actores con quienes se creía que no se podía generar puentes y ha permitido que se reinventen las tradiciones del Caribe; además, se trabaja la oralidad con niños, adolescentes y jóvenes, y eso hace que no se pierda. Tender puentes ayuda a disminuir la polaridad que tanto afecta al país, y estas apuestas de la radio comunitaria que vincula a organizaciones, grupos y colectivos tan diversos ha dado frutos; la paz se hace a diario en estos espacios locales, en prácticas como las que hace Vokaribe sentando a sectores que antes no lo hacían, así se logra transformar la realidad”. (Wilson Castañeda, Director Ejecutivo Corporación Caribe Afirmativo, conversación personal, 22 de agosto de 2019).

En el *Proyecto ENCOMUNIDAD*, implementado por AREDMAG con la financiación de ISAGEN en seis municipios de Santander, los temas que se abordarán en las franjas periódicas que producen se definen participativamente en un ejercicio de planificación anual, en la que cada colectivo presenta y argumenta sus propuestas para posteriormente seleccionar, entre todos, los temas y subtemas que serán trabajados local y regionalmente, tanto en audio como en video. Los colectivos recorren los territorios, conocen puntos de vista diversos y les dan espacios de expresión a los diferentes sectores porque reconocen la importancia de que los actores locales tengan espacios para contarse y contar sus realidades.

“Es importante que existan colectivos, porque esos colectivos los integran

personas que conocen sus territorios, han crecido en ellos, conocen las realidades y tienen presente cuáles son las historias que los habitan, de esa manera las pueden contar, no esperan que otro les cuente o las cuente. Es importante que existan colectivos integrados por ciudadanos porque la ciudadanía es la que comprende la importancia de crear nuevos códigos relacionales entre la gente, filtrar esta realidad que contiene tantas cosas violentas, degradantes, abusivas, y legitimar una realidad que sea incluyente, que haga énfasis en los valores que empoderen a la ciudadanía y que construya paz en los territorios". (Pedro Ismael Toloza, integrante del Comité de comunicación del proyecto EnComunidad, San Vicente de Chucurí, conversación personal, 17 de julio de 2019).

La paz como transformación en las correlaciones de fuerzas, en las relaciones de poder y dominación

VOKARIBE Radio ha trabajado, desde el suroccidente de Barranquilla, de la mano de organizaciones y sectores de la comunidad para visibilizar que otras realidades existen y otras voces son protagonistas, más allá del discurso oficial, políticamente correcto. Desde la radio comunitaria se ha podido contar historias y hablar de temas que los medios tradicionales, con intereses económicos, políticos y religiosos, no cuentan. Aliados como la Red Sur se han convertido en un contrapeso para otras fuerzas internas que ven en el conflicto y la violencia una alternativa y, aunque el colectivo puede sentirse amenazado, mantiene su trabajo porque ha logrado posicionarse en el sector, y la radio ha empoderado más a sus integrantes, que sienten que es su derecho estar y participar.

"Las apuestas de construcción de ciudadanías en nuestro país en general, no digo que son perdidas, pero son enormes esfuerzos que no ven fácilmente luz al final del camino. Son esfuerzos titánicos bien sea por el continuum de la violencia, con todo lo que eso acarrea: el miedo a hablar, las presiones, los silencios deliberados para protegerse o para proteger a los otros, las acciones deliberadas desde el poder para minar ese tipo de procesos, silenciar a un personaje o desvirtuar el trabajo de un personaje o una organización; todas esas cosas tienen relación con que sea difícil hablar de eso. (...) La radio comunitaria, o por lo menos nosotros, somos conscientes de que esto es una cosa de larguísimo plazo; uno no está resolviendo esto para mañana y hay que hacer la operación sirirí; hay que insistir, insistir, insistir, incluso dentro del equipo" (Belén Pardo, integrante del equipo de coordinación de Vokaribe Radio, conversación personal, 23 de julio de 2019).

El Colectivo de Comunicación Montes de María Línea 21 ha propiciado espacios de formación y producción para que los actores sociales puedan narrarse desde las experiencias vividas y sean protagonistas de sus propias creaciones; para que puedan contar la verdad desde los afectados directamente, romper los silencios impuestos por los actores de la guerra y por el conflicto armado en sus diferentes manifestaciones y llevar la palabra al escenario público.

"El proceso es importante porque si no hubiera colectivos no habría procesos como los que hay ahora; la gente seguiría con miedo y nadie se atrevería a hablar de temas de política o algo así por el hecho que los pueden amenazar. Si los colectivos no se crearan, no se hablaría sobre la

verdad, no se formarían esos debates que esclarecen los hechos. Que haya colectivos en toda Colombia es mejor porque así a más niños y más jóvenes les nace ese amor por contar historias mediante una pieza audiovisual". (Jesús Herrera Tapia, integrante del Colectivo juvenil BMX de El Carmen de Bolívar y productor audiovisual de Línea 21, conversación personal, 21 de agosto de 2019).

La paz para apostar por la construcción colectiva de memoria histórica, verdad, garantías de no repetición y exigir reparación integral a las víctimas

El Colectivo de Comunicación Montes de María Línea 21 cuenta hoy en día con el Museo Itinerante de la Memoria -El Mochuelo- que se constituye en una plataforma de reparación simbólica desde la sociedad civil, desde mujeres, hombres, jóvenes y campesinos víctimas del conflicto armado que quieren contar y contarse. El Museo recopiló producciones de años de trabajo sostenido en las comunidades, con el fin de narrar la memoria de lo sucedido y poner en diálogo dos relatos de actores diferentes: las víctimas y la institucionalidad.

"Para todas las personas que participan en el Museo, los campesinos que dan el ñame, las mujeres que cocinan, el que presta una casa, los que regalan el agua, los jóvenes que montan y desmontan, para tantas personas vinculadas en lo local, representa la sanación del alma, representa la oportunidad de materializar un sueño colectivo, que habla, narra, recuerda y mantiene viva la historia del territorio. (...) Aprender a hablar a través de la poesía, el

canto, el baile, una película o unas fotografías, de estos temas fuertes, de esas historias duras que vivió el territorio, ha enseñado también a construir paz desde lo cotidiano, desde el trato al otro, desde el respeto, desde el poder hablar y desde el poder escuchar". (Julio García, formador y productor del Colectivo de Comunicación Montes de María Línea 21, conversación personal, 20 de agosto de 2019).

El Colectivo de Comunicación Kuchá Suto, en San Basilio de Palenque, ha documentado relatos y tradiciones de las familias que fueron desplazadas en 2001 de la comunidad de La Bonga, territorio de San Basilio de Palenque, después de resistir durante años la violencia y los enfrentamientos directos entre diferentes actores de la guerra. Hoy, en el sector de La Bonga en el casco urbano de San Basilio, existen colectivos de comunicación integrados por niños, adolescentes y jóvenes que, a partir de diálogos con sus abuelos, narran la historia, los hechos, los personajes desde los directamente afectados, con el interés de que las personas comprendan mejor lo que ha pasado, e incluso para que se sensibilicen frente a esas realidades.

"Queremos que todos sepan por lo que pasaron los abuelos y comprendan que no es fácil salir de un lugar donde se ha vivido para llegar a otro, meterse en otro lugar a vivir y empezar de cero. A ellos les dolió mucho porque una noche recibieron un panfleto que les decía que sí o sí tenían que salir y debían desalojar en 24 horas y perdieron todas sus pertenencias, todo lo que tenían. (...) Es justo y normal que nosotros sepamos todo aquello por lo que pasaron, por eso con estos talleres vamos y les preguntamos cosas, por ejemplo, cómo hicieron para sobrevivir al salir de la Bonga, cuáles fueron las pérdidas que tuvieron y en este momento cómo afrontan

todo eso. Es algo que hace parte de nosotros, y lo mínimo que podemos hacer es conocer esa historia por nosotros mismos y contado por ellos mismos”. (Dayana Leonor González (13 años) y Luz Clarita Meza (14 años), integrantes del Colectivo de Comunicación en La Bonga, San Basilio de Palenque, comunicación personal, 24 de agosto de 2019).

La paz como potenciadora de historias personales que en los niños, adolescentes y jóvenes logra trascenderlos

Las experiencias de comunicación local que han vinculado a niños, adolescentes y jóvenes dan cuenta de las transformaciones que se presentan. Por ejemplo, las chicas y los chicos se vuelven más participativos, se empoderan, desarrollan destrezas que los llevan a convertirse en líderes en sus colegios, barrios y comunidades; así lo demuestra el trabajo y los resultados de los colectivos de comunicación infantil y juvenil de la *Emisora comunitaria La Cometa en San Gil, El Hatillo en El Paso Cesar, Línea 21 en Montes de María, Kuchá Suto en San Basilio de Palenque o AJODENIU en Quibdó*.

“Estos procesos, los colectivos y la emisora, aportan de una manera significativa al desarrollo de los niños, porque ellos aquí tienen un lugar dónde llegar en caso de que necesiten ser escuchados; aquí se les escucha y sus ideas se pueden hacer realidad y esto se logra a través del medio radial. Ellos encuentran aquí un espacio de participación y sobre todo de expresión que reconocen y ya no se dejan quitar. Estamos aportando a la formación de niños críticos, participativos, creativos, sensibles a los problemas sociales”. (Alba Mayerly Archila, Productora radial y responsable del Colectivo Infantil Cometines en

la Radio Comunitaria La Cometa en San Gil, conversación personal, 19 de julio de 2019).

“Se ha dado todo un proceso de transformación de estos jóvenes, se ha transformado la vida a nivel personal, familiar y social, y además se ha visto reflejado en la misma comunidad. Ellos tienen posiciones de respeto y autonomía en los territorios, ellos tienen voz y voto en la comunidad, y eso los hace sentirse más fuertes y más representativos, están ocupando posiciones de interés y de aceptación entre los actores más grandes, que son los patriarcas en ese territorio, y los más chicos, que están viendo un modelo más positivo en ese hermano, ese vecino o ese amigo que hace parte del Colectivo”. (Mayra Sequeda, representante de Colombian Natural Resources- CNR en el Comité Social de las Empresas para el Reasentamiento Vereda El Hatillo, conversación personal, 16 de agosto de 2019).

La paz como escenario de apropiación del espacio público para contar, resistir y empoderar

El espacio público se convierte en escenario de comunicación, de construcción de identidad, de resolución de conflictos, de historias narradas y de relatos dialogados; el espacio público es apropiado para la creación y también para la socialización de las producciones que realizan.

El Colectivo de Comunicaciones Kuchá Suto en San Basilio de Palenque, cuyo trabajo se ha enfocado en preservar el patrimonio inmaterial de su cultura, ha desarrollado estrategias para la creación y circulación de contenidos donde la calle, el parque y los demás lugares de encuentro de la comunidad se constituyen en el eje central



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

de las actividades. Los niños, adolescentes y jóvenes visitan a los mayores en las terrazas de sus casas o en las calles de su barrio para hablar de comidas tradicionales, juegos, cantos, rezos, músicas, costumbres... para posteriormente, en esas mismas calles y barrios, presentar las producciones y crear así espacios para que la gente participe, dialogue y se relacione.

“La historia del Festival de Audiovisual se remonta a la creación del Archivo audiovisual y sonoro cuando al interior del colectivo se preguntaron qué hacer con todo el material que se estaba repatriando, adquiriendo y organizando; así que se proponen salir a la comunidad, organizar unas jornadas en sectores, llevar una pantalla y proyectar el material. Por ejemplo se pasaron fotografías y se indagaba acerca de los lugares con las personas, se hablaba del antes y el ahora a partir de conversaciones con los participantes. De esta manera se reconstruyeron visualmente muchos

lugares de San Basilio y ese trabajo concluyó con la Exposición Fotográfica San Basilio Antes y Hoy. Estas experiencias incentivaron más las proyecciones, el cine, los foros, como el Cine Club, que se ha consolidado y se realiza cada 15 días por dos horas”. (Equipo del Colectivo Kuchá Suto, conversación personal, 22 de agosto de 2019).

Vokaribe, la emisora comunitaria en el suroccidente de Barranquilla, realiza el Informativo Radio a la Calle, que se produce con la participación directa de las comunidades, sus líderes y los representantes de las organizaciones presentes en el territorio. Este informativo, transmitido desde una casa, una terraza o una esquina, se ha consolidado como una apuesta que, a partir de la apropiación y reinención del espacio público, les ha permitido a las comunidades no solo conocer lo que sucede, sino también ser los protagonistas de las historias.

“Que la radio comunitaria se siga manteniendo en estos sectores de las grandes ciudades como una alternativa para visibilizar el trabajo que realizan las comunidades y para tener la información de primera mano; que siga teniendo relevancia aunque tenga muy poco apoyo del orden nacional y de los gobiernos locales. Esta es una radio reivindicativa, que permite que las pequeñas grandes reivindicaciones diarias también sean un granito de arena para construir un país diferente. La radio no puede cambiar el problema de los arroyos, hacer casas o parques, pero sí puede lograr que mucha gente se entere de que esos arroyos están generando ciertos problemas en las comunidades, puede entregarle los espacios a la gente para que hable, se reivindique”. (Luis Octavio González, equipo Vokaribe Radio, conversación personal, 23 de julio de 2019).

La paz como generadora de liderazgos locales que construyen día a día en escenarios cotidianos

Las experiencias de comunicación en el territorio son posibles y se consolidan por los liderazgos, unos visibles y otros no tanto, de hombres y mujeres que les apuestan a otras formas de incidir, de aportar, de construir. Doy cuenta de aquellos que visité en el recorrido realizado, pero que, claramente, representan a muchos otros de experiencias y procesos que en el país se desarrollan día a día, en territorios con diferentes características.

Algunos de estos liderazgos están representados por:

- Un pescador guardián del río, líder ambiental que en su infancia no pudo terminar la primaria, pero que al vincularse a un colectivo de comunicación sintió la motivación de validar sus estudios y

seguir preparándose para ayudar a formar a niños y jóvenes que aporten a transformar su territorio. Hoy participa en la producción de programas radiales al tiempo que fortalece el gremio al que pertenece y asesora instancias nacionales y regionales desde sus saberes y experiencias.

- Un exagente de tránsito con un gusto particular por la música andina, convencido de que los colectivos de comunicación tienen un papel fundamental en el desarrollo de las comunidades; hoy en día dirige una radio comunitaria y una red de emisoras, e integra, junto con un equipo de profesionales y empíricos, un colectivo de comunicación radial.
- Jóvenes desplazados por la violencia hace casi 20 años, llegaron a un entorno urbano complejo y se juntaron para cambiar la imagen que la ciudad tenía de ellos y de toda la población víctima del conflicto armado a la que representaban, porque el estereotipo los convertía en delincuentes. Hoy siguen liderando procesos para la prevención y protección vinculando a niños, adolescentes y sus familias desplazadas.
- Jóvenes que con el paso de los años se fueron formando, principalmente en producción audiovisual, musical y digital; están convencidos de que las diferentes formas de manifestación de la comunicación les permiten preservar el patrimonio cultural e inmaterial de su cultura palenquera, y llevan a cabo un trabajo con los diferentes actores y sectores de la comunidad.
- Un grupo de hombres y mujeres profesionales, técnicos y empíricos, que han encontrado en la radio comunitaria urbana una opción y un espacio desde el cual aportar

para que el derecho a la comunicación, la información y la libre expresión sea una realidad; enriqueciendo el discurso y la reflexión regional y nacional desde la diversidad de sus conocimientos, experiencias y prácticas.

- Mujeres formadas en comunicación social y administración que han dedicado su vida, una al cooperativismo y otra a la comunicación, pero ambas a la gestión social y cultural, que desde dos lugares diferentes del territorio nacional lideran experiencias de comunicación para propiciar espacios de expresión y comunicación a los diferentes sectores, grupos u organizaciones a través de la producción radial y la audiovisual.
- Hombres y mujeres, en su mayoría víctimas directas o indirectas del conflicto armado, que lograron superar sus miedos y silencios para convertirse en formadores de formadores, productores audiovisuales, narradores de la memoria individual y colectiva, constructores de paz.
- Jóvenes estigmatizados que se constituyen en actores protagónicos de procesos de formación y creación de contenidos para la construcción de memoria y para fortalecer la identidad cultural.
- Mujeres víctimas del conflicto que se narran para sanar, para contar, para no olvidar.

A manera de cierre...

Lo dije al inicio de este texto y lo confirmo ahora, cuando estoy a punto de cerrarlo: las palabras se quedan cortas para dar cuenta del aporte que hacen día a día las experiencias de comunicación local en las diferentes regiones del territorio nacional.

Las 20 experiencias incluidas en el estado del arte de colectivos de comunicación realizado por la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura, son tan solo una muestra, pero estoy segura de que una muy representativa, de lo que sucede cuando la comunicación, la cultura, la memoria histórica, la creatividad, los sueños colectivos, las reivindicaciones, la sanación, la capacidad de crear, la resiliencia, el respeto por el ser, la escucha, el diálogo, la diversidad... se mezclan en una receta maravillosa. Los resultados de estas experiencias demuestran cómo se construye país día a día, cómo se aporta a preservar nuestro patrimonio, cómo se transforman vidas, cómo se fortalece el tejido social, cómo se hace realidad el derecho a la comunicación, la información y la libre expresión, cómo creamos, cocreamos, existimos, resistimos y coexistimos. Gracias infinitas a todas las personas, niños, adolescentes, jóvenes y adultos por su tiempo, por las conversaciones durante mi visita, por las reflexiones, las historias y los recuerdos compartidos. Gracias por seguir creyendo y hacer realidad una comunicación que transforma día a día.

Frases de cierre recogidas en este texto:

- Las acciones y procesos desarrollados han transformado la convivencia en la comunidad, han fortalecido el tejido social y han aportado a la recuperación de la memoria, histórica y cultural, colectiva.



- Los colectivos locales hacen posible democratizar el derecho a la comunicación y la información, aportar a la construcción de ciudadanía y visibilizar que otras realidades existen y otras voces son protagonistas, más allá del discurso oficial y políticamente correcto.
- La comunicación es necesaria para que los actores sociales puedan narrarse desde las experiencias vividas y sean protagonistas de sus propias creaciones; rompan los silencios impuestos por los actores de la guerra y lleven la palabra al escenario público.
- El espacio público se convierte en escenario de comunicación, de construcción de identidad, de resolución de conflictos, de historias narradas y de relatos dialogados.
- La comunicación es una herramienta de empoderamiento y de transformación para niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos, que se vuelven más participativos y críticos, y desarrollan destrezas que los llevan a convertirse en líderes en sus espacios cercanos.
- Las experiencias de comunicación local legitiman realidades incluyentes, hacen énfasis en los valores, empoderan a la ciudadanía y construyen paz en los territorios. Una paz que se hace a diario al tender puentes que ayudan a disminuir la polaridad que tanto afecta al país.
- La construcción de paz se basa en el ser humano, reconoce las diferencias, teniendo como base el respeto por el otro, ¿cómo podemos convivir de una manera digna sin que afectemos al otro con nuestras acciones?

Y ahora sí para cerrar, algunas preguntas para pensarnos desde el lugar que tenemos:

¿Cómo es posible que muchas de estas experiencias no cuenten con fuentes permanentes de financiación?, ¿de qué manera los gobiernos nacional, regional y local, la empresa privada y la cooperación internacional pueden contribuir a su fortalecimiento, sin sentir que tienen “derecho sobre ellas, sobre lo que dicen o hacen”?; ¿cómo lograr que la ciudadanía en general conozca estas experiencias, las reconozca y aporte para su consolidación?, ¿qué necesita la Colombia urbana para darse cuenta de que es en la Colombia profunda donde existen estas experiencias que sostienen de muchas maneras al país?, ¿cómo construimos política pública local, departamental y nacional para preservar, fortalecer y consolidar las experiencias de comunicación en los territorios?, ¿cómo fortalecerse para ser autosostenibles y para propiciar cambios en los liderazgos cuando los procesos los requieran?



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Bibliografía

- Gobierno Nacional. (2016).** *Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera.* 24-8-16.
- Montañés, M., & Ramos, E. (2012).** *La paz transformadora: una propuesta para la construcción participada de paz y la gestión de conflictos desde la perspectiva sociopráctica.* OBETS. Revista de Ciencias Sociales. <https://doi.org/10.14198/obets2012.7.2.04>
- Muñoz, F. (1998).** *La paz imperfecta ante un universo en conflicto.* Historia.
- Muñoz, F. (2001).** *La Paz Imperfecta.* Granada.: Instituto de la Paz y los Conflictos. Universidad de Granada.
- Ramos Muslera, E. A. (2016).** *El proceso de construcción de paz colombiano más allá de la negociación: una propuesta desde la Paz Transformadora y Participativa.* El Ágora USB, 16, 513-532.



Alterando el enfoque: cómo se usan los medios ciudadanos en contextos de conflicto

Para la guerra, nada

Por: Por Clemencia Rodríguez
Traducción de inglés a español de Emma Cristina Montaña R.



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Introducción

El presente trabajo documenta una investigación que realicé entre el 2004 y el 2006 sobre medios comunitarios en contextos de conflicto armado en Colombia. Con base en trabajo de campo etnográfico, entrevistas, fuentes secundarias y análisis de contenidos, desarrollé un análisis sobre el Colectivo de Comunicaciones Línea 21 en Montes de María; AREDMAG, la red de radios comunitarias del Magdalena Medio y dos iniciativas de comunicación comunitaria en el Caquetá: Radio Andaquí y la Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes. La pregunta principal fue: ¿qué papel cumple un medio ciudadano en un contexto de conflicto armado? Los hallazgos de la investigación fueron muchos y muy interesantes, y quedaron publicados en dos libros: *Lo que le vamos quitando a la guerra* (Rodríguez et al 2008) y *Citizens' media against armed conflict: Disrupting violence in Colombia* (Rodríguez 2011). En este capítulo resumo los hallazgos que tienen que ver con el impacto de la guerra en el tejido social y

cultural de las comunidades y cómo se pueden utilizar los medios ciudadanos para contrarrestar tal impacto.

En el momento en que estaba realizando mi trabajo de campo en Montes de María, Caquetá y Magdalena Medio, el conflicto armado era palpable en estas regiones. Muchas veces caminé por el laberinto de trincheras de sacos de arena instaladas por el ejército en la plaza central de El Carmen de Bolívar, la sede del Colectivo Línea 21. Mi taxi desde Florencia a Belén de los Andaquíes debía pasar por trincheras a lado y lado de los puentes sobre el Río Pescado, y los retenes militares eran muy frecuentes en mis viajes en chalupa de una locación a otra en el Magdalena Medio. Hoy el panorama es completamente diferente. Hoy, noviembre 18 del 2019, mientras escribo esta introducción, la comunidad de Bojayá finalmente entierra a sus muertos según sus rituales tradicionales; hoy, las voces de las víctimas se escuchan fuertes y claras en el territorio colombiano; hoy nuevos términos, tales como “víctima”, “reincorporado” y “excombatiente”

permean los discursos que circulan en Colombia; hoy existe un acuerdo entre las FARC y el Estado. Y a pesar de todo esto, la violencia continúa, aunque hoy toma formas completamente diferentes: es protagonizada por clanes criminales aliados a mafias mexicanas y tiene nuevas víctimas, sobre todo, líderes comunitarios.

Actualizar mis estudios del 2004 es bien complejo. Por un lado, es indudable que las lecciones aprendidas de los medios ciudadanos colombianos, en términos de cómo hacerle el quite a la guerra, pueden aplicarse no solo a otros contextos de conflicto armado, sino también a cualquier situación donde el tejido social y cultural de una comunidad es agredido por un agente externo. No tiene que ser la guerra, puede ser la crisis climática, una epidemia, un desastre, una compañía minera, una petrolera o el turismo desenfrenado. La comunicación ciudadana, esa que va tejiendo vínculos de todo tipo entre los habitantes de una comunidad, es el mejor antídoto para enfrentar cualquier tipo de victimario que intente destruir la comunidad. Lo que aprendí

de los medios ciudadanos colombianos se puede aplicar en contextos internacionales, por ejemplo en ámbitos urbanos de Estados Unidos, donde comunidades afroamericanas viven acorraladas por fuerzas policiales, o en contextos donde comunidades migrantes se ven asediadas por fuerzas de seguridad estatal en países europeos.

Por otro lado, los medios ciudadanos colombianos continúan su labor de defensa del tejido social en estos años del postacuerdo firmado en el 2016 entre el Estado colombiano y la organización guerrillera FARC-EP. La página 217 del Acuerdo de Paz estipula la creación de 20 emisoras de interés público “con el objetivo de hacer pedagogía de los contenidos e informar sobre los avances de la implementación del Acuerdo Final” (Gobierno Nacional, 2016). De las 20 emisoras del acuerdo solamente tres funcionan en la actualidad, en Chaparral, Fonseca e Ituango (Consejería para la Estabilización y la Consolidación, 2019). Desafortunadamente, el gobierno actual ha convertido las emisoras para la paz en emisoras para divulgar acciones del Estado; de



manera que éstas, en vez de ser espacios para activar diálogos y conversaciones dentro de las comunidades, se consolidan como herramientas para divulgar programación planeada y realizada en Bogotá: “El 25 de junio, en Chaparral, Tolima, saldrán al aire las primeras voces, a través de los 103.5 fm, con una programación especial que permitirá la emisión de todos los contenidos de Radio Nacional de Colombia desde el municipio” (Consejería para la Estabilización y la Consolidación, 2019). No obstante, aunque el Estado opta por desaprovechar el potencial de las emisoras “para la pedagogía de paz” establecidas en el acuerdo, la labor de las radios comunitarias tradicionales continúa. Según el experto César Tapias, muchas emisoras comunitarias están construyendo una comunicación para la paz, entendida como una comunicación que pone a dialogar a las víctimas del conflicto armado con personas reincorporadas, con excombatientes y con la policía. Son emisoras volcadas sobre lo local, dedicadas no solo a identificar cómo diferentes sujetos y comunidades vivieron la guerra, sino a cómo poner a dialogar todas estas experiencias diferentes. Este tipo de interacción va a ser clave para el futuro del país, sobre todo en zonas receptoras de víctimas y excombatientes de todos los grupos armados (Tapias, comunicación personal, noviembre 18, 2019).

El caso de la emisora comunitaria *Playa Mar Estéreo*, por ejemplo, es bien interesante. Esta

emisora viene desarrollando una línea de trabajo en torno a la memoria histórica del conflicto armado en la región. *Playa Mar Estéreo* está localizada en San Onofre, en la región de Montes de María. Entre 1996 y 2004 esta región sufrió grandes oleadas de violencia que dejaron a las comunidades en medio del fuego cruzado entre las guerrillas, los paramilitares y los organismos de seguridad del Estado. Miles de colombianos/as de esta región sufrieron desplazamiento forzado; San Onofre fue una zona donde la gente tuvo que huir, pero también un lugar a donde llegaron muchas familias desplazadas de otras zonas de la región. *Reporteritos de Paz*, uno de los colectivos de producción de *Playa Mar Estéreo*, está conformado por niños y niñas entre los 9 y 13 años. *Los Reporteritos* se han dedicado a entrevistar a sus padres, madres y abuelo/as sobre la experiencia del desplazamiento, y así muchos de estos adultos, que nunca habían logrado expresar sus experiencias, lo hicieron ante el micrófono, sabiendo que eran sus propios hijos e hijas quienes hacían las preguntas. Para muchos de estos adultos esta serie de programas radiales realizados por sus hijas e hijos les permitió no solamente recordar, sino también compartir con otros sus experiencias, que hasta el momento estaban reprimidas. En Colombia la guerra ha durado más de 50 años, así que aún hay mucho que hacer en los ámbitos de la memoria histórica, de la recuperación de las voces de las víctimas, los perdone, la

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |



desestigmatización, todos ellos procesos fuertemente anclados en la comunicación.

Medios comunitarios y conflicto armado

En el 2005, una noche clara y una cálida brisa nos envolvían mientras descansábamos en la terraza de un pequeño café de la ciudad de Mompox, Colombia. Juntamos varias mesas para acomodar al grupo, una mezcla de productores de medios comunitarios, académicos y estudiantes de comunicación, todos colombianos. Después de una larga jornada de trabajo, era hora de relajarnos un poco antes de ir a dormir, pues el trabajo en el proyecto de investigación comenzaría de nuevo muy temprano la mañana siguiente. La experiencia de trabajar hombro a hombro con radialistas comunitarios colombianos me ha enseñado que siempre viajan con un par de micrófonos y una muestra de su música favorita, “por si acaso” surge la oportunidad de hacer un programa radial. En efecto, esa noche le dimos buen uso a sus CD, después de que el dueño del café aceptó dejarnos poner nuestra propia música. Lo mejor de la Fania —esa salsa clásica de los años 70— servía de fondo a nuestra conversación cuando, de repente, un par de camionetas grandes con vidrios polarizados se parqueó al lado del café. De ellas se bajaron varios hombres y la música dejó de sonar inmediatamente. El ambiente se puso tenso; mis compañeros guardaron sus CD y alguien del grupo pagó la cuenta diciendo: “es hora de irnos”. Mientras recogíamos nuestras cosas y salíamos me di cuenta de que la música vallenata había reemplazado nuestra salsa. Sorprendida por nuestra repentina y prematura salida, pedí una explicación mientras regresábamos al hotel. Esa fue una de esas ocasiones, como muchas otras durante mi trabajo de campo en Colombia, en las que aprendí lecciones importantes: las camionetas claramente identificaban a sus dueños como paramilitares;

Mompox y la región circundante del Magdalena Medio estaban experimentando una fuerte expansión de los grupos paramilitares de derecha; los paramilitares locales le habían declarado la guerra a cualquier cosa que “oliera” a izquierda, por ejemplo, el cabello largo en los hombres, la presentación de género no heteronormativa y la música salsa de los años 70, conocida por su letra politizada. En los meses siguientes aprendería a revisar mi interpretación de lo que significa vivir en medio del conflicto armado. Aprendí que el tener que coexistir con grupos armados impacta de formas muy complejas y profundas el tejido social y cultural de las comunidades civiles. Y también aprendí las estrategias igualmente complejas y creativas con las que estas comunidades utilizan la comunicación y los medios para resistir dicho impacto.

Entrar al café y cambiar nuestra música por sus vallenatos era claramente un acto de intimidación y de reapropiación del espacio social. Es así como los grupos armados irrumpen en la vida cotidiana de las comunidades civiles, haciendo posible que la guerra permee progresivamente el tejido social y cultural de una comunidad. En general, utilizamos conceptos demasiado simplistas para entender contextos de guerra y conflicto armado; conceptos, como “guerra”, “paz” o “conflicto”, tienden a borrar sutiles procesos donde la guerra y la paz se viven como realidades paralelas, donde las fronteras entre guerra y paz son borrosas. En cambio, los conceptos acuñados por Johan Galtung (1996) aportan formas un poco más complejas de comprender la guerra y la paz. Galtung propone, por ejemplo, el concepto de paz negativa como ausencia de guerra, y paz positiva como “integración de la sociedad humana” (Galtung, 1964).

Estas redefiniciones de la violencia nos han llevado a una definición más amplia del concepto de paz según la cual paz no es solamente

la ausencia de un acto de violencia directa (paz negativa) sino también la ausencia de violencia estructural (paz positiva). La violencia estructural surge de la estructura de la sociedad y no de la violencia personal y directa generada por un actor.

(Grewal Singh, 2003)

Es preciso comprender cómo diferentes tipos de violencia afectan la vida de una comunidad para poder determinar cómo se pueden usar los medios y la comunicación para resistir ese impacto. En estudios recientes sobre la violencia armada, Kalyvas (2000, 2003) analizó contextos de conflictos violentos y guerras civiles, y encontró que la violencia de los grupos armados generalmente se desborda y comienza a permear a las comunidades civiles en procesos complejos y sutiles.

El papel que los medios convencionales pueden desempeñar en la reducción de la escalada del conflicto ha sido bien documentado por estudiosos del Periodismo de Paz (Lynch & McGoldrick, 2007) (Howard, 2002). Sin embargo, el caso de los medios ciudadanos en contextos de guerra no ha sido tan estudiado, y en especial el papel que pueden jugar estos medios en procesos de construcción de paz. En Colombia, los medios ciudadanos tienen una fuerte presencia en el panorama mediático nacional, razón por la cual el país ofrece un excelente laboratorio para investigar este tema. Los medios ciudadanos en Colombia prosperan paralelamente con los medios comerciales y los medios de comunicación públicos gracias, en parte, a la reglamentación que garantiza la existencia de licencias de difusión comunitaria. En 2019, el panorama mediático incluye 627 emisoras radiales comunitarias y 26 emisoras indígenas. En este capítulo exploro cómo, en contextos de conflicto armado, mujeres y hombres dedicados a la comunicación

comunitaria utilizan los medios ciudadanos para proteger a la población civil del impacto negativo de la guerra. Defino “medios ciudadanos” como las instancias en las que la gente utiliza las tecnologías mediáticas para nombrar el mundo en sus propios términos. Los medios ciudadanos desencadenan procesos que permiten a las comunidades recodificar sus contextos y reestructurar sus identidades, transformándolas en subjetividades empoderadas fuertemente conectadas con las culturas locales e impulsadas por la acción colectiva (Rodríguez, 2001).

Utilizadas con sabiduría y creatividad, las tecnologías mediáticas tienen la capacidad de obstaculizar la intrusión de la guerra en el tejido social y cultural de una comunidad. Las estrategias de medios ciudadanos que se presentan en este capítulo expresan el concepto de “formación de paz” —definido como el conjunto de procesos de construcción de paz liderados por agentes *locales* y fuertemente arraigados en las condiciones, las culturas y las formas locales de comprensión de lo político (Richmond 2013). En general, el concepto de formación de paz hace referencia a los “esfuerzos a pequeña escala, de bajo nivel, realizados sin respaldo del Estado, a menudo en espacios ocultos o marginales” (Richmond, 2013, Pág. 10) que fortalecen los procesos locales de buena gobernanza, rendición de cuentas, redistribución de recursos, economías sostenibles e interacciones pacíficas entre diferentes identidades.

Mi trabajo de campo documenta cómo los comunicadores comunitarios (hombres y mujeres) utilizan diferentes tipos de medios para amortiguar el impacto negativo de la guerra. Fuertemente arraigados en lo local, estas personas expertas en experimentos de comunicación



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

comunitaria asumen la producción mediática desde las maneras particulares en que la guerra impacta la vida cotidiana de sus comunidades. Al detectar las necesidades *locales* de comunicación e información en tiempos de guerra, usan los medios para amortiguar la intrusión de la guerra en el tejido social de sus comunidades. Durante mi trabajo de campo he aprendido a ver cómo ellas y ellos actúan como etnógrafas y etnógrafos incansables que exploran constantemente cada rincón de la cotidianidad en sus comunidades, buscando siempre la manera de usar las tecnologías mediáticas de formas que mitiguen el impacto de la guerra.

El papel de los medios ciudadanos en contextos de guerra

La dedicación a la comunicación comunitaria ha llevado a estas personas a conocer y aceptar la complejidad de las guerras contemporáneas. En contextos de conflicto armado como el colombiano, en el que los grupos armados coexisten con las comunidades civiles, nada es claro. Hacer

trabajo de campo en estos lugares siempre me recordaba que la guerra y el conflicto no agotan la vida cotidiana de la comunidad. A pesar de caminar entre barricadas colocadas en la plaza central para proteger la alcaldía, el banco y la estación de policía, de ver uniformes militares recién lavados secándose en las cuerdas de la ropa en los patios traseros de las casas de la gente y de escuchar los relatos locales del último ataque guerrillero al pueblo, es importante tener en cuenta que siempre hay otros aspectos de la vida de la comunidad no permeados por el conflicto armado. Rara vez la guerra es capaz de colonizar *todos* los aspectos de la vida cotidiana de una comunidad. Paralelamente al miedo y la incertidumbre que la guerra y los grupos armados imponen en una comunidad, la gente sigue viviendo e interactuando — los niños y niñas juegan, las familias y los vecinos se reúnen, las dueñas de los negocios abren sus tiendas, los jóvenes coquetean. Estos fragmentos de sociabilidad no colonizados por la guerra son importantes porque contienen semillas de empoderamiento, de agencia colectiva. Es allí, entre esos hilos a veces frágiles del tejido social, donde una comunidad puede sentir momentos de esperanza, solidaridad y convivencia pacífica y donde las tecnologías mediáticas tienen un inmenso potencial para mover esos momentos efímeros del margen al centro. Un video centrado en una abuela local que durante los últimos 30 años se ha levantado todos los días a las cinco de la mañana a asar arepas para su familia puede trasladar ese trozo de vida cotidiana desde el margen de la esfera privada hasta el centro de la vida pública de una comunidad, un barrio o un pueblo pequeño. El video, proyectado sobre un muro en la plaza central, le puede recordar a cada habitante del pueblo que, a pesar de su alta visibilidad, las barricadas y las armas no son todo lo que sucede en su comunidad.

En las guerras contemporáneas las fronteras entre comunidades no armadas y grupos armados,

entre tiempos de crisis y épocas de “normalidad” o de paz, son borrosas. El contexto colombiano de las décadas de 1980 y 1990 concuerda con la descripción que hace Kalyvas (2000) de la “violencia de la guerra civil” como aquella generada por grupos armados fragmentados y antagónicos que compiten por el monopolio de la violencia. El resultado de esta competencia entre grupos armados opuestos combatiendo por el control de los recursos para practicar la violencia e imponer el miedo genera un territorio social inestable, fragmentado y cambiante, de alianzas y enfrentamientos, donde la vivencia más frecuente es la incertidumbre. En este tipo de conflicto armado, el territorio y el tejido social de los civiles se convierte en un campo de batalla para los grupos armados, pues “la clave para vencer al oponente en una guerra civil es controlar el acceso a la población civil y, por ende, negarle al oponente el acceso a dicha población” (Kalyvas, 2000, Pág. 8). Los grupos armados contratan y reclutan informantes entre los habitantes locales. Con frecuencia perturban las elecciones locales. Manipulan y amañan los presupuestos municipales. Los conflictos al interior de la comunidad



y las disputas familiares o individuales terminan enredados con las dinámicas de la guerra. La lógica militarista de los grupos armados permea los tejidos sociales; se normaliza la resolución de conflictos intercomunitarios por medios violentos, lo mismo que la presencia de armas y uniformes militares en los espacios que habita la comunidad. Las muchachas compiten por seducir a los hombres de los grupos armados y ‘el guerrero’ surge como una imagen idealizada de masculinidad. Estas son las dinámicas particulares con las que la violencia de la guerra civil se va inmiscuyendo en las comunidades.

Mi trabajo de campo explora los años durante los cuales, en tres regiones de conflicto armado en Colombia, los paramilitares de derecha, las guerrillas de izquierda, las fuerzas armadas nacionales y los carteles de la droga se disputaban el control territorial y político. Los civiles quedaron en medio del fuego, presenciando cómo la guerra, el sectarismo ideológico y las lógicas militaristas permeaban el tejido social, cultural y político de sus comunidades. La guerra es un poderoso imán que atrae a los medios. Los medios de comunicación, tanto nacionales como internacionales, se aparecían en los contextos de conflicto armado solo cuando había una masacre o una toma guerrillera. Las cámaras y micrófonos, obsesionados por la guerra, se dejan seducir por las narrativas de los combatientes, las armas y el inmenso arsenal semiótico de los significantes militaristas. En general, los grandes medios responden a la fuerza de la guerra y a quienes tienen las armas, dándole la espalda a todo lo demás.



▮ Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

Resignificando contextos a través de medios audiovisuales

En Colombia algunas zonas rurales aisladas, como Montes de María o Belén de los Andaquíes, solo aparecen en las noticias nacionales e internacionales cuando la violencia armada atrae a los reporteros y a los equipos de televisión. Años de relatos de guerra difundidos a través de los grandes medios muestran estas regiones como lugares violentos habitados por comunidades “salvajes”. Este tipo de narrativa asfixia cualquier versión alternativa del lugar y de su gente. Por el contrario, y este es sin lugar a duda el principal hallazgo de mi investigación, los comunicadores comunitarios colombianos (hombres y mujeres) de estas regiones hacen un quiebre drástico con la mirada tradicional de los medios y cambian la perspectiva: *en vez de enfocar cámaras y micrófonos en “los armados”, las tecnologías se enfocan en “los desarmados”*. Este cambio de perspectiva es fundamental. Solo cuando el medio es capaz de desviar el foco de atención de la atracción magnética de la guerra puede detectar y satisfacer las necesidades de información

y comunicación de las comunidades no armadas que viven en zonas de conflicto armado. Los comunicadores comunitarios en Colombia han aprendido a resistir la atracción de la violencia y a desarrollar, en su lugar, estrategias sabias y creativas para utilizar sus medios con el fin de fortalecer todo aquello que le hace el contrapeso a la guerra: momentos de solidaridad, de convivencia pacífica, de resolución no violenta de conflictos, de alegría y esperanza, todo eso que siempre coexiste, aun si es de forma frágil y marginal, con las dinámicas de destrucción y violencia de la guerra.

En estos contextos, los medios audiovisuales juegan un papel fundamental en la desestabilización de los significados atribuidos a una región y a su gente. Quiero mencionar dos iniciativas que utilizan los medios ciudadanos para contrarrestar el impacto de la guerra en el tejido cultural de las comunidades locales: el Colectivo de Comunicación de Montes de María Línea 21 en el Caribe colombiano y la Escuela Audiovisual Infantil de Belén de los Andaquíes, (EAIBA), en el sur de Colombia. Ambas iniciativas utilizan las cámaras para explorar versiones alternativas de la vida local, que se puede estar asfixiando bajo el peso de identidades atribuidas e impuestas por los medios de comunicación convencionales. Utilizando el video, los habitantes locales producen narrativas basadas en su propia experiencia. La vida de las personas en estas comunidades es compleja, y mucho de lo que sucede en realidad no tiene nada que ver con la guerra o los grupos armados. Las narrativas producidas por grupos comunitarios en el colectivo y en la EAIBA transforman la mirada al apuntar las cámaras y los micrófonos sobre aquellos aspectos de la vida social aún no colonizados por los grupos armados y su violencia, y así mueven estas versiones alternativas del lugar y de sus gentes de lo privado hacia la esfera pública local.

Por ejemplo, la secuencia de apertura en *De cochero a piloto* —un drama en video de 20 minutos de duración sobre un chofer de bicitaxi que sueña con ser piloto— capta de forma lúdica una serie de eventos de la vida cotidiana en el pequeño pueblo de Marialabaja, en Montes de María. Colocada en el puesto del conductor del bicitaxi, la cámara se pasea de un lado a otro y nos muestra escenas callejeras típicas, como una calle bordeada de casas pintadas de los colores pastel, tradicionales de los pueblos caribeños, el río aledaño donde alguien se da un chapuzón o el patio delantero de una tienda local donde tres hombres juegan parkes. Con la fuerte percusión de la banda sonora como fondo, cada toma capta características emblemáticas sutiles de la cultura local de la región, como los árboles podados al típico estilo caribeño, en forma de cubos perfectos; los inevitables afiches publicitarios de cerveza colgados afuera de las tiendas, en los que se exhiben mujeres sexis, o los vivos colores de las frutas tropicales. Las tomas revelan un abanico de colores y de gente interactuando alrededor del tablero de parkes, comprando y vendiendo fruta, o simplemente “pasando el rato” (Equipo de Producción Audiovisual de Marialabaja, 2007). Se ven los camiones militares, que recuerdan la presencia de la guerra y los grupos armados; pero su presencia está al margen de la narrativa, que se resiste a la idea de que la guerra es lo único que existe.

También producido por el colectivo, *Ciclistas en el atardecer* es un video de un minuto en el que aparecen dos niños que se divierten montando bicicleta. La secuencia es grabada en la cancha de fútbol de Las Margaritas, un barrio recién construido para gente de la región que ha sido desplazada internamente. Con el telón de fondo de los exquisitos azules, naranjas y amarillos de un atardecer caribeño, los niños se divierten jugando con sus bicicletas mientras pasan algunos personajes locales, entre ellos, un

hombre con su machete que lleva a costas un pesado bulto de comida para su ganado y una niña perseguida por un perrito blanco (Colectivo de Comunicaciones de Montes de María 2006). También en este caso las niñas y niños que produjeron el video optaron por captar las realidades paralelas, tal y como las vive la comunidad local, donde el impacto del conflicto armado se siente paralelo a todo lo demás que conforma la vida cotidiana.

Estas iniciativas de video participativo invitan a niños y niñas, jóvenes y adultos a reaprender a mirar su entorno local. Se anima a utilizar las tecnologías de la comunicación y la información como herramientas para detectar y captar aquellas imágenes y sonidos que constituyen su entorno local y su lugar en el mundo. Al enfocarse en los estilos de vida locales y los entornos naturales, los videos captan la textura de la vida cotidiana, tal y como la experimentan las comunidades civiles. La gente, las culturas y los lugares locales se muestran en todos los videos. Vistos a través de sus cámaras, no son solo lugares donde los grupos armados hacen la guerra; son regiones de paisajes hermosos, pobladas por gente cálida y amistosa que ama la música; son lugares donde los vecinos se reúnen y se ayudan mutuamente; son lugares donde los niños y las niñas andan en bicicleta; son comunidades urbanas y rurales que viven una vida intensa aun, en medio de condiciones difíciles de pobreza y de la presencia de los grupos armados.

Los videos insisten en la idea de que no todo ha sido permeado por el conflicto armado. El tejido social que la violencia no ha tocado es precisamente el punto de enfoque de los productores. Los videos alimentan un fuerte sentido del ser uno mismo, un sentido de orgullo y autoestima profundamente arraigado en las culturas, las lenguas, el arte y el mundo locales. Los



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

videos sirven de “espejos electrónicos” en los que las comunidades locales pueden ver quiénes son y apreciar cómo su tejido social no ha sido totalmente colonizado por el conflicto armado. Las películas se resisten a las ideas impuestas por la insistencia de los medios convencionales de centrarse en acciones bélicas en las que se muestran la región y su gente como violentos por naturaleza.

Durante mi trabajo de campo con la EAIBA participé varias veces en excursiones al río como parte del entrenamiento en producción de video. Vi a niñas y niños “jugando” con cámaras digitales y micrófonos, tratando de captar el sonido de una piedra cayendo al agua o la calidad del canto de un ave. En la implementación de sus metodologías participativas, los profesores de la EAIBA invitan a los niños y niñas a usar los

medios para mirar su espacio desde una perspectiva totalmente nueva. Mariana García, que empezó a participar de la EAIBA cuando tenía 10 años, recuerda cómo la vida diaria local entró a su campo de visión: “Cada vez que escucho el sonido del agua del río recuerdo que usábamos el canto de los pájaros, el cacareo de un gallo, el ladrido de un perro o el ruido de los marranos de mi vecino para ponerle color a nuestras producciones” (García, Mariana. Entrevista personal, 15 de mayo de 2006). Alirio González, uno de los brillantes comunicadores comunitarios que lidera la EAIBA, explica: “Lo que necesitamos es que este territorio se repiense como sujeto, como actor. La gente de aquí necesita repensar su identidad, sus metas y lo que quieren ser” (González, Alirio. Entrevista personal, 15 de octubre de 2004).

Uso de la radio en contextos de conflicto armado

En tiempos de crisis, cuando las comunidades civiles son atacadas o paralizadas por grupos armados, los medios ciudadanos en Colombia —especialmente las radios comunitarias— se utilizan para compartir información y tomar medidas y decisiones colectivas. Durante un año particularmente difícil, cuando la guerrilla de las FARC ordenó una huelga general que paralizó a toda la región del Putumayo, cinco emisoras comunitarias de la región unieron fuerzas para atender las necesidades de información y comunicación de sus comunidades. Las emisoras mantuvieron líneas abiertas para que la gente llamara si tenía información o preguntas. Jugaron un papel clave ayudando a las personas a encontrar a sus familiares, impidieron que el precio de los alimentos y otros productos básicos se disparara denunciando públicamente a los propietarios de las tiendas que estaban especulando con productos de primera necesidad, y facilitaron conversaciones públicas al aire. Los maestros de las escuelas de diferentes zonas de la región, por ejemplo, utilizaron las emisoras para llevar a cabo una discusión colectiva sobre qué hacer con el año escolar, la cual les permitió pensar en diferentes alternativas y tomar decisiones colectivamente.

Las esferas públicas locales son una de las primeras víctimas cuando las comunidades no armadas quedan atrapadas en medio del asedio de los grupos armados. La gente es testigo de cómo sus calles, plazas y mercados son invadidos por grupos fuertemente armados. En este tipo de guerra las geografías locales se convierten en lugares de vigilancia, a veces a través de las actividades de informantes reclutados por grupos armados entre la población local. Cuando a los lugares públicos llegan la sospecha, la vigilancia y las amenazas, la gente los abandona y se

repliega en sus espacios privados, con la consiguiente erosión del tejido social. Para contrarrestar este tipo de impacto de la guerra en la vida cotidiana de su comunidad, *Radio Andaquí*, una emisora comunitaria en el sur de Colombia, organizó un concurso de decoración navideña. La emisora estableció las reglas del concurso: podía participar la cuadra del barrio, pero no podrían hacerlo familias individuales. Quiero enfatizar cómo esta comunicación se diseña deliberadamente para motivar a los vecinos a hablar e interactuar. Al poco tiempo, las puertas se dejaban abiertas, la gente de la cuadra entraba y salía de una casa a otra buscando herramientas, un tarro de pintura, o un rollo de cinta de enmascarar. La emisora entonces utilizó su radiocicla —una unidad móvil montada sobre una bicicleta tándem— para transmitir desde una cuadra distinta cada noche. Por ejemplo una noche *Radio Andaquí* describió cómo la cuadra de la calle 13 hizo la iluminación navideña usando cajas de huevos. Poco a poco, la gente de todo el pueblo salía de sus casas a pasar por esa calle para ver la iluminación. Los vecinos se hablaban, comentaban y seguían su camino. *Radio Andaquí* sabe que cada una de esas conversaciones es un hilo del tejido social que sostendrá a la comunidad y mantendrá a raya el terror de la guerra. El 23 de diciembre la emisora anunció el ganador. El premio es todos los abarrotes necesarios para que la cuadra ganadora organice una fiesta en la calle e invite a toda la gente del pueblo. Incluso el premio es pensado para activar y promover la comunicación y la interacción, no entre la emisora y su audiencia, sino afuera del medio de comunicación, entre las personas de la comunidad. Hoy, 20 años después, la costumbre de decorar colectivamente todo el pueblo, manzana por manzana, se ha vuelto una tradición, parte del imaginario colectivo. Los comunicadores (hombres y mujeres) que están detrás del medio diseñaron cuidadosamente la forma de utilizar las tecnologías mediáticas para activar

procesos de comunicación dentro de la comunidad. Han desarrollado el talento para diseñar estos eventos de comunicación a lo largo de años de experimentar con la tecnología, compartir conocimientos con otros comunicadores comunitarios y cultivar inmensas dosis de creatividad.

Las tecnologías mediáticas tienen un gran potencial para mover procesos de comunicación que ya existen en espacios privados y familiares de la comunidad a lugares más centrales en las esferas públicas locales. El mover experiencias, sentimientos, vivencias de lo privado a lo público hace que muchas más personas tengan acceso. Por ejemplo, en 2001, un pequeño pueblo del Caquetá quedó aterrorizado cuando 200 guerrilleros fuertemente armados irrumpieron en el parque central. En cuestión de minutos, esta población de 6.000 habitantes se transformó en una comunidad aterrorizada y silenciosa —a excepción de un pequeño grupo que acababa de bajarse de un autobús intermunicipal cuando comenzó el ataque. Agitando camisetas blancas y gritando “¡No disparen! ¡Somos civiles! ¡Solo queremos la paz!”, estos recién llegados iniciaron de repente una improvisada manifestación por la paz. En ese momento, algunos otros se unieron. *Radio Andaquí* inmediatamente se puso en acción y, minutos después, la radiocicla de la emisora estaba transmitiendo las voces de los manifestantes. El sacerdote del pueblo utilizó los altoparlantes de la iglesia para amplificar la señal de la emisora. Muy pronto, esa voz colectiva se empezó a escuchar fuerte y clara, expresando el rechazo de los civiles a la invasión de su pueblo por parte de los grupos armados. En este caso, las tecnologías mediáticas se utilizaron para fortalecer una frágil expresión de solidaridad y resistencia que surgió inesperadamente. Al detectar estas dinámicas emergentes, los medios comunitarios utilizaron la tecnología para fortalecer expresiones precarias de resistencia, resiliencia y agencia colectiva. Los medios ciudadanos se usaron para ayudar a que la comunidad pasara

de ser solo una víctima de los grupos armados, paralizada y silenciada, a un colectivo de sujetos activos con voz.

En Colombia, los grupos armados ilegales inyectan inmensas dosis de corrupción a las comunidades locales. Durante la época dura del conflicto armado era frecuente que las organizaciones guerrilleras y milicias paramilitares amenazaran a los gobiernos locales y pusieran en riesgo los procesos locales de gobernanza. Muchas comunidades resistieron este tipo de disrupción de sus democracias locales poniendo en marcha iniciativas de buen gobierno y transparencia; los medios comunitarios se utilizaron entonces para respaldar tales iniciativas. En un caluroso día de octubre de 2004 me paseaba por las instalaciones de *Puerto Wilches Estéreo*, una emisora comunitaria en la región del Magdalena Medio. Los y las radialistas de la emisora estaban ocupados empacando micrófonos, audífonos y cables. Se preparaban para la transmisión de la llamada rendición de cuentas, un acto público en el que las autoridades locales, lideradas por el alcalde, explican en qué han gastado el presupuesto municipal en los últimos seis meses.

La unidad móvil de *Puerto Wilches Estéreo* se instaló debajo de un árbol grande en el patio central de la escuela. Alrededor de una docena de autoridades del gobierno local se sentaron a lo largo de una mesa colocada sobre una tarima; el alcalde estaba ubicado en el centro. La mesa estaba frente a un público de aproximadamente 300 personas que habían ido a escuchar la explicación del alcalde sobre su gestión fiscal en los últimos seis meses. La rendición de cuentas ha surgido en comunidades como esta para combatir la corrupción dentro del gobierno local. Los hombres y mujeres que lideran *Puerto Wilches Estéreo*, conscientes de la importancia de estas iniciativas, las han convertido en una prioridad, y utilizan la emisora para transmitir la rendición



de cuentas a todo el municipio. Los agricultores en el campo, los pescadores en sus botes, los profesionales de la salud, los maestros, los padres y madres que cuidan de sus hijos, todos pueden escuchar al alcalde y a su gabinete.

Bloh y Rolt (2007) documentan iniciativas similares en Liberia, donde los medios comunitarios se utilizan para mejorar la comunicación entre los funcionarios del gobierno local y los ciudadanos, como parte del esfuerzo de reconstrucción posterior al conflicto. En un estudio reciente adelantado por el programa *Comunicación para la Gobernanza y la Rendición de Cuentas en Contextos de Posconflicto*, del Banco Mundial, se encontró que fomentar relaciones positivas entre los ciudadanos y el Estado es fundamental para lograr una paz sostenible. El estudio señala que:

La naturaleza de los contextos de posconflicto plantea retos singulares de gobernanza.

Como consecuencia del abuso y la exclusión por parte del Estado, la gente tiene poca o ninguna confianza en el funcionamiento justo de las instituciones estatales y confía más en las redes personales: la tribu, el clan, la familia, los grupos religiosos. El tejido social se ha rasgado debido al desplazamiento y el combate; los agentes no estatales juegan un papel importante en ausencia de un Estado que funcione.

(Kaltenborn-Stachau, 2008, Pág. 5)

Desde finales de la década de 1990, una de las estrategias de guerra de la guerrilla colombiana ha sido sabotear los procesos electorales regionales y locales para mermar cualquier tipo de presencia estatal o institucional en sus áreas de influencia, consolidando para sí una especie de “poder paralelo” (Vázquez, 2006, Pág. 366). La guerrilla difunde el mensaje de que votar está prohibido y que cualquiera que sea visto votando

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura



sufrirá represalias. Tanto la guerrilla de izquierda como el paramilitarismo de derecha amenazan a los candidatos locales y regionales. En 2000, durante las elecciones municipales y gubernamentales, 20 candidatos a la alcaldía fueron asesinados. Gilberto Toro, director de la Federación Colombiana de Municipios, declaró que la mitad de los 1.093 alcaldes recibieron amenazas reales ese año (LaFranchi, 2000).

En un intento de reapropiación de las elecciones locales para sacarlas del control de los grupos armados, las emisoras comunitarias solían poner en marcha múltiples estrategias: en primer lugar, la de optar por no recibir publicidad política pagada; en segundo lugar, la de cubrir las elecciones de manera que se garantice igualdad de tiempo para todos los candidatos. Por último, manteniéndose firmes en el propósito de evitar la violencia y la agresión derivadas del “robo” de sus elecciones locales, las radios comunitarias suelen actuar para apaciguar el enfrentamiento entre los candidatos políticos, tal como se relata en el siguiente testimonio del municipio de Gamarra, en el Magdalena Medio:

Cada vez que los tres candidatos a la alcaldía en las siguientes elecciones de nuestro municipio se reunían en un espacio público, empezaban a insultarse entre sí. La situación se estaba convirtiendo en una bomba de tiempo en nuestra comunidad. Al ver esto, el colectivo juvenil de nuestra emisora decidió organizar lo que se conoció como el Primer Foro por la Democracia. Queríamos encontrar formas de promover la convivencia pacífica en el municipio. Los tres candidatos aceptaron venir a la emisora y el foro comenzó a las nueve de la mañana. Se suponía que terminaría a las diez, pero la conversación estaba tan emocionante que continuó hasta las 12:30, y los tres candidatos, que se habían insultado unos a otros tan solo diez minutos antes de

iniciar el foro, salieron de la emisora abrazados. ¿Cómo lo logramos? Pues bien: cuando el diálogo comenzó, nos dimos cuenta de que los tres candidatos habían estudiado juntos en el bachillerato, así que empezaron a recordar todas sus escapadas, como cuando dejaban de asistir a la escuela para ir al río o a jugar billar. Eso cambió el tono de la conversación. Se sintieron en confianza; comenzaron a verse como seres humanos y no solo como rivales en una carrera política. Logramos bajar el tono violento entre ellos y alimentar una relación más fraternal.

(Productor radial de Gamarra 2004)

En este caso, la directora del programa tomó decisiones improvisadas a medida que se desarrollaba la entrevista. Originalmente, se suponía que el colectivo de jóvenes de la emisora debía comenzar a entrevistar a los tres candidatos con preguntas sencillas, y luego, pasarles la batuta a los productores experimentados, responsables de hacer preguntas más serias sobre la plataforma política de los candidatos. Sin embargo, cuando la directora se dio cuenta de que los candidatos estaban encontrando puntos en común en torno a las preguntas sobre sus vidas cotidianas cuando eran adolescentes, decidió dejar que el colectivo de jóvenes siguiera conduciendo todo el programa. Los productores senior, en cambio, nunca salieron al aire. La directora utilizó su competencia en comunicación para fortalecer los nuevos hilos de formación en paz y rehumanización del otro. Es evidente que este tipo de comunicadora comunitaria ha ido más allá de las fórmulas prefabricadas y entiende perfectamente cómo la comunicación puede fortalecer procesos sutiles de formación en la paz. Asimismo, ella entendió que este tipo de procesos pueden surgir cuando uno menos lo piensa, de forma espontánea. Ella supo cómo detectar este naciente hilillo de paz, desechó todo lo planeado, y redireccionó

la emisora hacia fortalecer este nuevo espacio de convivencia.

Usos performativos de los medios

Uno de los aspectos más interesantes de los medios ciudadanos en Colombia es su comprensión del potencial performativo de la comunicación. Saben que las tecnologías mediáticas se pueden utilizar para hacer que las cosas sucedan en una comunidad. Es decir, activan un tipo de comunicación que, literalmente, provoca una realidad que antes no existía. Los medios de comunicación no solo se utilizan para informar y divulgar, transmitir mensajes o empoderar; literalmente, hacen que las cosas sucedan, y por ello entran en el ámbito de la comunicación performativa. En Puerto Wilches, por ejemplo, un conflicto local que ocurría en el parque central amenazaba con salirse de control y convertirse en violencia. Los vendedores ambulantes habían invadido el parque con el propósito de vender su mercancía, pero a los residentes locales les molestaba el hecho de que su parque hubiera sido invadido, pues les impedía usar ese espacio público. *Puerto Wilches Estéreo* decidió intervenir. En lugar de *transmitir mensajes* sobre las virtudes de la resolución no violenta de conflictos, la emisora *desencadenó un proceso* de resolución no violenta de conflictos en la comunidad. Abrió un foro para los vendedores ambulantes, que explicaron públicamente que llevar un plato de comida a sus familias dependía de que pudieran usar el parque como mercado público. Después, la emisora abrió sus micrófonos a los residentes, que explicaron, a su vez, que su parque era como la sala de su casa, pero pública, y que no poder usarlo los estaba afectando. Durante el proceso, la emisora invitó a los oyentes a llamar para hacer preguntas, sugerencias y comentarios. De esta conversación pública surgió la idea de utilizar un edificio abandonado como mercado.

Las personas que llamaron empezaron a pedirle al Alcalde que ayudara a resolver el problema. Otros se ofrecieron como voluntarios para ayudar a restaurar el antiguo edificio. Finalmente, en respuesta a la presión local, el Alcalde declaró que compraría el edificio y lo pondría a disposición de los vendedores del parque. Los vendedores se pasaron a su nuevo mercado y el parque volvió a tener su uso original. La emisora no envió mensajes que describieran la no-violencia o que trataran de persuadir a la gente de vivir sin violencia. En lugar de ello, el medio desencadenó un proceso de comunicación en el que la gente *experimentó* la resolución del conflicto sobre el uso del parque de una manera no violenta; los lugareños pudieron experimentar cómo se siente la resolución no violenta de conflictos; el medio *sometió* a la gente a la vivencia de la resolución no violenta de un conflicto.

Los espacios de actuación que “someten” a la gente a formarse en la paz son cruciales porque, como dice uno de los informantes de Carolyn Nordstrom:

¿Se acaba entonces, realmente, la guerra? ¿La violencia de la guerra desaparece de repente con una declaración de paz? No. La violencia vive en las entrañas de las personas y arruina la sociedad, a menos que se enseñe la paz a los violentos. Y hay que enseñar la paz tal y como se enseña la violencia: sometiendo a las personas a que la vivan, mostrándoles formas pacíficas de responder a la vida, a la escasez y las necesidades diarias, a los retos políticos y personales.

(Nordstrom, 2007)



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Conclusión

Mi trabajo de campo en Colombia revela cómo los medios ciudadanos se pueden utilizar para: mejorar prácticas de gobernanza; monitorear gobiernos locales para que haya mayor transparencia, monitorear elecciones locales, desescalar conflictos potencialmente violentos dentro de una comunidad, fortalecer iniciativas comunitarias de construcción de paz, reconstruir la confianza en situaciones de posconflicto, contrarrestar la desintegración de los mundos de la vida causada por la guerra, resignificar espacios sociales y culturales colonizados por los grupos armados, negociar y mediar con grupos armados, ayudar a familias refugiadas y coordinar la distribución de alimentos y otras logísticas.

Los comunicadores comunitarios que conocí en Colombia (hombres y mujeres) durante mi trabajo de campo han desarrollado una capacidad superior para detectar cómo la guerra se mete en sus comunidades y cómo esta intrusión crea necesidades específicas de información y comunicación. Siempre ponen las tecnologías mediáticas al servicio de los civiles no armados para atender sus necesidades. A medida que se ingenian maneras de usar los medios para catapultar, activar o incentivar procesos específicos, estos comunicadores entienden que deben usar todas las posibles formas de comunicación: la persuasiva, la que difunde información, la participativa, la que empodera, la que moviliza y, también, el periodismo ciudadano. Cada uno de estos procesos de comunicación fortalece las dinámicas locales de formación en la paz —concepto que alude a la paz como producto de las iniciativas con fuerte legitimidad local y de las “formas locales de las instituciones políticas, la

responsabilidad, la prosperidad, la seguridad y el derecho” (Richmond 2013: 19). Los medios ciudadanos, por definición basados en la acción local, se convierten en herramientas clave de comunicación en los procesos de formación en paz.

Para las organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales comprometidas con los procesos de educación para la paz, las implicaciones son claras: las fórmulas no funcionan, como tampoco, el acto de simplemente llevar nuevas tecnologías mediáticas a las comunidades. *La formación en paz tiene que ver mucho más con comunicación que con acceso a tecnologías.* El entusiasmo actual por los medios sociales es mucho más prometedor para las corporaciones que buscan abrir nuevos mercados que para las comunidades amenazadas por fuerzas perversas, ya sea el conflicto armado, el asedio de aparatos de seguridad, o la crisis ambiental. Por el contrario, la creación de *capacidad local* es la mejor inversión posible cuando se trata de medios ciudadanos, fortalecimiento de los tejidos sociales locales y formación de paz.

En toda comunidad existen hombres, mujeres y jóvenes con mucho talento para la comunicación comunitaria. Los donantes y las organizaciones deben encontrar la manera de identificar a aquellos individuos que son narradores brillantes, artistas creativos comprometidos con sus comunidades, ancianos que conocen a todo el mundo, y/o personas que trabajan en red, e invertir en esas personas, ofrecerles capacitación, experticia y habilidades en el uso de la comunicación y los medios. Idealmente, deberíamos identificar a los futuros comunicadores cuando tengan apenas 9 o 10 años. Más tarde en la vida descubrirán la manera de transformar su experticia

en comunicación de una forma que favorezca la formación en la paz. Los comunicadores comunitarios expertos en lo local son los únicos capaces de detectar y descubrir cómo conectar las tecnologías mediáticas con los procesos sutiles de fortalecimiento de lo social y la formación en la paz en contextos y situaciones específicas. En mi experiencia, una de las formas de acción que menos recursos recibe es el intercambio de conocimiento; este podría darse en espacios bien financiados en los que las personas que han desarrollado experticia en comunicación local puedan reunirse y compartir sus mejores prácticas, lecciones aprendidas y estrategias utilizadas en contextos y situaciones particulares. El aumento del conocimiento y capacidad resultantes de este tipo de encuentros es exponencial (para ver una iniciativa específica, consultar el capítulo 4 en (Rodríguez, 2011). No obstante, los donantes prefieren enviar expertos del primer mundo a impartir conocimientos a las comunidades del sur global—o expertos bogotanos a que vayan a las regiones a “enseñarle a la gente a hacer comunicación”.

El rol de los medios ciudadanos en contextos de conflicto armado no se ha investigado suficientemente ya que la mayoría de los análisis que se hacen sobre medios y guerra se limitan a examinar cómo los medios masivos cubren la guerra o cómo se puede usar la comunicación estratégica para enviar mensajes persuasivos de paz y resolución no violenta de conflictos. No obstante, como todos sabemos, los medios “masivos” de comunicación tienden a ser un ente rígido, sin mucha flexibilidad. Por el contrario, los medios ciudadanos tienden a ser mucho más maleables, y eso los convierte en herramientas invaluable cuando lo que se busca es responder a necesidades locales específicas con estrategias comunicativas localizadas. El

campo de la “Comunicación para la paz” (Hoffmann, 2014) debe ampliar su cobertura para ir más allá de los medios masivos e incorporar los medios comunitarios/alternativos/ciudadanos. Debe pensar que la comunicación supera la información y la persuasión. Debe explorar lo que es posible más allá de las simples fórmulas.

Bibliografía

- Bloh, O., & Rolt, F. (2007). *Media Sector Mapping in Liberia*. Washington. Consejería para la Estabilización y la Consolidación. (2019). Chaparral e Ituango: al aire las primeras emisoras de paz. Retrieved November 27, 2019, from <http://www.posconflicto.gov.co/sala-prensa/noticias/2019/Paginas/chaparral-e-ituango-nuevas-emisoras-de-paz.aspx>
- Galtung, J. (1964). *An editorial*. Journal of Peace Research, 1, 1–4.
- Gobierno Nacional. (2016). *Acuerdo final para la terminación del conflicto y la construcción de una paz estable y duradera*. 24-8-16.
- Grewal Singh, B. (2003). *Johan Galtung's Positive and Negative Peace*. Retrieved March 31, 2014, from http://www.activeforpeace.org/no/fred/positive_negative_peace.pdf
- Hoffmann, J. (2014). *Conceptualizing 'communication for peace'*. Peacebuilding. <https://doi.org/10.1080/21647259.2013.866461>
- Howard, R. (2002). *An operational framework for media and peacebuilding*. In Institute for Media, Policy and Civil society.
- Kaltenborn-Stachau, H. (2008). *The Missing Link. Fostering Positive Citizen-State Relations in Post-Conflict Environments*. CommGap.
- Kalyvas, S. N. (2000). *The Logic of Violence in Civil War*. In *The Logic of Violence in Civil War*. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511818462.001>
- Kalyvas, S. N. (2003). *The Ontology of "Political Violence": Action and Identity in Civil Wars*. Perspectives on Politics. <https://doi.org/10.1017/S1537592703000355>
- LaFranchi, H. (2000). *Elected office: a post too perilous to occupy* - CSMonitor.com. Retrieved November 27, 2019, from <https://www.csmonitor.com/2000/1025/p1s2.html>
- Lynch, J., & McGoldrick, A. (2007). *Peace Journalism*. In Handbook of Peace and Conflict Studies. <https://doi.org/10.4324/9780203089163.ch16>
- Nordstrom, C. (2007). *Shadows of War: Violence, Power, and International Profiteering in the Twenty-first Century*. Political and Legal Anthropology Review, 30(2), 358–362. <https://doi.org/24497388>
- Richmond, O. P. (2013). *Failed statebuilding versus peace formation*. Cooperation and Conflict. <https://doi.org/10.1177/0010836713482816>
- Rodríguez, C. (2001). *Fissures in the mediascape: An international study of citizens' media*. In The Hampton Press communication series.
- Rodríguez, C. (2011). *Citizens' Media Against Armed Conflict: Disrupting Violence in Colombia* - by Rodríguez, Clemencia. Bulletin of Latin American Research, 33(2), 238–240. <https://doi.org/10.1111/blr.12161>
- Vázquez, T. (2006). *Dinámicas, Tendencias e Interacciones de los Actores Armados en el Magdalena Medio 1990–2001*. In CINEP (Ed.), Conflictos, Poderes e Identidades en el Magdalena Medio (p. 313). Bogotá.



Los colectivos de comunicación en Colombia: ríos subterráneos que oxigenan la cultura y la ciudadanía

Por: Cecilia Ceraso |



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

Introducción

Este artículo busca develar la importancia histórica, política, estratégica, cultural, social, ambiental y comunicacional de los colectivos de comunicación en el territorio colombiano. Inicia con una breve explicación de la modernidad y sus características excluyentes y del orden del discurso que ha impuesto la comunicación hegemónica; luego, reafirma la comunicación propia como cauce de sentidos en nuestros pueblos latinoamericanos; culmina con una reflexión sobre la importancia y pertinencia de los colectivos de comunicación para la democracia, la construcción de ciudadanía y la cultura de la paz.

1. El sentipensar en la magia de macondo en tensión con la verdad eurocéntrica de la modernidad

En el SIGLO XVI la magia era parte del saber occidental. No solo era considerada una

práctica eficaz, sino también una teoría respetable. Prueba de ello es que aparecía entre las materias de estudio de los gobernantes (Díaz, 1992). Después la modernidad, desde su criterio de autoridad, abolió de la superficie al pensamiento mágico, acusándolo de primitivo, y ensalzó el predominio de la razón para construir saberes por encima de toda otra forma de conocimiento. Allí se estableció el señorío de la razón por encima de cualquier otro conocimiento humano verdadero.

En occidente la acción civilizadora de dominar y controlar a través de monoculturas impuestas eliminó, según (Retola, 2017), “todas las posibilidades de aprendizaje recíproco con otras regiones, culturas y tradiciones del mundo. Impidió que se contextualizara el conocimiento científico y se dialogara críticamente con epistemologías y modos de vida distintos a los occidentales, muchos de ellos respetuosos de la naturaleza y del ser humano como un todo espiritual, religioso y político”.

En este proceso occidente valoró como conocimientos válidos a los conocimientos contruidos desde los procedimientos científicos propios, silenciando, ocultando y muchas veces reprimiendo, los conocimientos existentes en la diversidad de culturas que habitan Latinoamérica. Todavía hoy hay enormes pérdidas, por falta de intercambio de saberes, en el campo de la salud, el desarrollo comunitario, la inclusión social, la comunicación, la economía, la producción, la sostenibilidad. Occidente primitivizó al resto de las culturas y, por consiguiente, a sus conocimientos y métodos, ubicándolas en un lugar de retraso y, desde mediados del SIGLO XX, en un lugar de subdesarrollo. Las políticas hegemónicas occidentales miraron la otredad cultural como un residuo de la humanidad, un lugar que debería desarrollarse según los parámetros eurocéntricos.

(Retola, 2017)

Se parte aquí de una noción de dinamismo con respecto a los dominios de saber. Esta percepción de la mutabilidad en el camino del conocimiento se origina, sobre todo, en el tiempo histórico que nos tocó vivir, así como en las nuevas formas de aprehensión de conocimiento y de la verdad. La construcción de la verdad, además de ser propia de cada tiempo histórico, se produce en condiciones de patrones de autoridad que están establecidos para controlar discursos y creencias.

La verdad tiene una historia, la historia del conocimiento, que se forma en un complejo entramado donde se relaciona constantemente con el poder, la sociedad y la cultura. Foucault (1983) afirma: “las prácticas sociales engendran dominios de saber que generan nuevos objetos, conceptos y técnicas que constituyen nuevos sujetos de conocimiento” Una **práctica social** es un modo recurrente de realizar una cierta actividad, compartida por todos los integrantes de una comunidad. Dichas **prácticas** son válidas para



una sociedad específica, pero pueden resultar inapropiadas para otras. Una **práctica social** se construye a través de los años y, como dice el autor, engendran diferentes estructuras de conocimiento denominadas “ciencias”.

Este filósofo francés considera que la verdad no es una idea inmutable porque la verdad es una producción social en donde el objeto, el sujeto de conocimiento y la verdad misma se constituyen en relación con el poder, aparecen en las relaciones entre los seres humanos y se dan en las prácticas sociales. Afirma (Foucault, 1992) “Yo supongo que en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjugar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y terrible materialidad”; por esta razón, Foucault se pregunta: “¿qué hay de peligroso en el hecho de que las gentes hablen y de que sus discursos proliferen indefinidamente?”.

Muchos discursos son mandados al silencio, y hay tantos discursos que fluyen por debajo del pensamiento dominante como millones de ríos que unen trayectos por cursos subterráneos. Esta acción muestra claramente la reiterada y reproductiva forma de exclusión como procedimiento.

De la misma forma, la investigadora social mexicana, Rossana Reguillo explica que la modernidad se define por la exclusión y que se reproduce dejando afuera “lo no blanco, lo no masculino, lo no adulto, lo no heterosexual”. Esta forma de concebir el sistema claramente no está pensada desde América Latina, donde las mayorías están compuestas por la diversidad de los pueblos originarios, los afroamericanos, los criollos y mestizos, los campesinos, los niños, las mujeres y los jóvenes.

Toda esta relación entre saber y poder, tan estudiada y sabiamente explicada en procesos de conocimiento real en nuestra región por el educador brasileño Paulo Freire, por el sociólogo colombiano Orlando Fals Borda y por todos y todas las que tomamos el diálogo de saberes como camino, nos muestra la brecha opuesta a la acción civilizadora y colonizadora; la misma que en conceptos de De Certeau (1996) constituye a los dominantes y a los dominados, a los sujetos que producen las tácticas de los más débiles frente a los sujetos que reproducen sistemáticamente las estrategias de los poderosos.

En términos globales de poder, los procesos de producción de conocimientos nos hacen pensar hasta cuándo dejaremos que los flujos de circulación y las condiciones de producción, así como los modos de darlos a conocer y multiplicar su incidencia estén regulados siempre por los mismos controles y creencias que, a esta altura, hasta se vuelven poco razonables.



El diálogo de saberes invita a emancipar este conocimiento normalizado y repetitivo, nos lleva a conocernos para comunicarnos y caminar juntos hacia la producción de una sociedad diferente y nuevas formas de estar en el mundo.

2. La comunicación propia es el cauce donde se producen los sentidos

La verdad en una sociedad es una condición necesaria para producir sentidos sobre cómo viven y conviven las personas en forma organizada, y esa construcción conlleva derechos y obligaciones que deberían respetarse y que supuestamente existen en el orden de la democracia como sistema.

Es importante aclarar entonces la importancia de una comunicación democrática y democratizadora donde, según (Giménez Montiel et al., 2018) “La actividad comunicacional se entiende

Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura |

como un resorte para lograr participación consciente y organizada de los sectores populares en torno a demandas comunes, a la vez que para alcanzar su mayor cohesión interna”.

Aparece en este proceso, partiendo de estos evidentes conjuntos de problemas, la comunicación alternativa que hoy es un antecedente en la misma línea con la **comunicación propia** y cobra fuerza cuando es enunciada en el Informe Mc Bride que desde la organización política de los Países no alineados, pone en discusión la necesidad de un Nuevo Orden mundial (NOMIC) que replique desde “otro lugar de la comunicación y la información” al “colonialismo informativo y comunicacional existente”, nunca más vigente que hoy.

Otro antecedente de la comunicación propia es la comunicación popular a la que la autora de este artículo comprende como la dimensión cultural de la acción política, y como afirma (Giménez Montiel et al., 2018) “La comunicación popular rescata las condiciones de producción y reproducción del sentido, dando particular importancia a los procesos organizativos y de movilización. Este énfasis, debido a que la organización social en función de las clases dominantes implica mantener clases dominadas, se inscribe como un paradigma clave para la articulación de una respuesta antihegemónica”.

En esta lucha por la democratización de la comunicación, junto a los medios de comunicación alternativa, independiente, comunitaria, se encuentran los colectivos por el acceso universal y apropiación de las Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC); las redes de intercambio para desarrollar software libre; los organismos de monitoreo o presión frente a contenidos sexistas, racistas,

excluyentes, vehiculizados por los medios, los programas de educación crítica de los medios (Media Literacy); las asociaciones de usuarios para intervenir en la programación de los medios, las redes ciudadanas y de intercambio informativo articuladas mediante internet; los/las investigadores críticos; las asociaciones de periodistas independientes; Los colectivos de mujeres con perspectiva de género en la comunicación; los movimientos culturales; las redes de educación popular; los observatorios por la libertad de información; las asociaciones para oponerse a los monopolios; los movimientos en defensa de los medios de carácter público”.

(Giménez Montiel et al., 2018)

Estos espacios de participación constituyen justamente prácticas sociales para



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

las comunidades y abren cauces, en contextos adversos de comunicación, silencio impuesto por el conflicto armado, el miedo y la represión. Se toman la palabra pública para producir nuevos discursos, contenidos y sentidos frente a los contenidos y las agendas impuestas por el discurso unívoco y dominante de los medios masivos del sistema anacrónico e injusto que predomina y se reproduce.

Además de lo anterior, la institución que reproduce y desarma el discurso, que interviene sobre él, que dice lo que es verdad y lo que no, que lo rodea, que le impone formas ritualizadas, trabaja con constancia para controlar el flujo del cauce por donde circulan, pero los procesos de transformación social nos muestran que recuperar la palabra pública como forma de poder construye desarrollo endógeno en las comunidades, que el deseo de hablar y de expresarse y la acción de irrumpir públicamente en el habla, que está puesta en común solo aparece si existe la posibilidad de tomar esa decisión.

El discurso no solo traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino que es el objeto de la lucha por controlar el cauce y que esta lucha es cada vez más inaccesible para las mayorías. Entonces aquí es donde toma valor la profunda apuesta de la comunicación popular, esta vez no solo en forma de radios comunitarias, sino en forma de acercamiento de la tecnología al pueblo, para que en el lenguaje radial, gráfico y audiovisual pueda producir su comunicación propia.

Cuando me refiero al *pueblo* deseo nombrar a una inmensa mayoría de gentes con identidades bien definidas que generalmente están invisibilizadas o manipuladas por los expertos en cualquier lenguaje más allá de la palabra hablada. Millones de seres humanos, pueblos originarios perseguidos y muertos por los conquistadores en un genocidio naturalizado, millones de nativos y criollos que murieron lentamente de hambre por falta de trabajo, tierra, alimentos, agua, vivienda tras el advenimiento de la modernidad y el capitalismo. Los mismos considerados inviables en inescrutable destino por indolentes o vagos, ineficaces e incapaces, por supuesto desde los parámetros de medición del pensamiento único, que sostiene que hay vidas descartables.

Se puede *sentipensar* la presencia numerosa de ellas y ellos, muchos pueblos originarios, las y los desplazados por la violencia, las y los campesinos, obreras y obreros migrantes indocumentados, las y los jóvenes suburbanos que no acceden a la educación, las mujeres explotadas, los niños vulnerados, las víctimas de la trata, los “incivilizados” de siempre que componen en una extraña sinfonía incomprensible el invisible “hedor de América latina” (Kusch, 2007).

También es considerado como *pueblo* a todas las personas de buena voluntad que quieren y pueden habitar la tierra en paz y todos los días se levantan para ir a trabajar, ser familia, construir la vida cotidiana desde la alegría y el bien común, y son aceptados por el discurso dominante como personas incluidas.

Para que estos hombres y mujeres concretos puedan escapar de la pobreza extrema hay que permitirles ser actores de su propio destino. El desarrollo humano integral y el pleno ejercicio de la dignidad humana no pueden ser

impuestos. Deben ser edificados y desplegados por cada uno, por cada familia, en comunión con los demás y en una justa relación con todos los círculos en los que se desarrolla la *socialidad* humana-amigos, comunidades, aldeas, municipios, escuelas, empresas, sindicatos, provincias, naciones-. Esto supone el derecho a la educación.

(Papa Francisco, 2015)¹

Y supone también el derecho a la comunicación, es decir, todo aquello que se puede compartir: contar historias de vida, el quehacer de las organizaciones, las diferentes experiencias de las comunidades en sus territorios que llevan a construir comunidad y a tejer socialmente. Es el proceso que hace posible el encuentro con el otro lo que nos lleva a entender el bien común. Si no hay encuentro, no hay comunicación.

Nos encontramos en un momento histórico en el que la tecnología ofrece otros cauces por donde fluyen otros discursos y las comunidades pueden acceder a estos cauces y manejar los lenguajes de las redes. Otra vez luchando por no quedar en el silencio, otra vez trabajando para que la verdad no sea unívoca.

3. Los colectivos de comunicación en Colombia toman la palabra pública para la defensa del territorio y sus derechos

Los colectivos de comunicación propia surgen en Colombia a partir de una necesidad humana fundamental de las personas, diría Manfred Max Neef (1986), de comunicar la verdad frente a la

¹ Fragmento del Discurso del Papa Francisco en la Asamblea general de la ONU. Septiembre de 2015.

cantidad de información falsa producida diariamente por los medios de comunicación comerciales o hegemónicos.

En el territorio colombiano y cubriendo enormes extensiones, sobre todo en las zonas caracterizadas como rurales, en la costa, en la manigua, en el Cauca, en el Pacífico, en las sierras, en el norte y en el sur, en las fronteras, en el este y el oeste y en todos los lugares donde el Estado no ha llegado aún en toda su integralidad, existen colectivos de comunicación para el cambio social. Se trata de equipos que producen, a través de sus contenidos, nuevos sentidos sobre la defensa de los Derechos Humanos, el acceso a los Derechos Ciudadanos, la defensa de los Derechos de la Tierra, la situación de los campesinos desplazados o tratando de retornar a sus territorios, la situación de los pueblos originarios con respecto a la explotación de los recursos naturales por parte de empresas extractivistas, la situación de las mujeres vulneradas y maltratadas por los guerreros del conflicto armado en todas sus formas, la desigualdad y la pobreza, el acceso a la salud, la educación, el trabajo, la vivienda digna y a todos los Derechos fundamentales e inalienables de las diversas comunidades que habitan en Colombia.

Por supuesto, los Colectivos de comunicación propia que habitan produciendo discursos y sentidos en el territorio de toda Colombia forman parte de estas prácticas sociales emergentes que contradicen a la comunicación hegemónica. Y la comunicación hegemónica, protege las acciones y creencias del pensamiento dominante, procura y construye una otra comunicación que, a su vez, produce otras verdades que han quedado ocultas e invisibilizadas en función de preservar

y reproducir el sistema con sus naturalizadas injusticias.

“ Es en estos procesos donde llegamos al conocimiento de que las palabras y los discursos tienen pesada materialidad, que los discursos - por más disolubles que parezcan - son objeto de prohibición por afán de control. Darse cuenta de la importancia que tiene hablar y decir, no tener miedo de entrar en el orden azaroso del discurso, es una tarea infinita que nos toca promover y es el primer paso hacia la real participación. Es aquí cuando pienso en los medios de comunicación masivos de Colombia y de toda América latina y el resto del mundo, que reproducen discursos y creencias adormecedoras, que naturalizan a la guerra como instrumento para alcanzar la paz, que cuentan la realidad de la muerte como si fuera una ficción, que descontextualizan relatos y desinforman constantemente sin temor a enarbolar la bandera de la verdad única y la libertad, la que ellos dicen desde su autoridad”.

(Ceraso, 2019)

Los colectivos de comunicación propia que habitan en el territorio colombiano, para que puedan seguir creciendo en sus propios procesos, deben abonar, replicar y fortalecer las virtudes que ya tienen:

- La primera y más espontáneamente creada es la multiplicación a través de una formación performática² y flexible de aulas sin paredes, donde hay relaciones horizontales de gestión del conocimiento.

2 Considero a la performática en el trabajo cotidiano como la acción efectiva de aprender haciendo, que contiene y se nutre también del diálogo de saberes y el aprendizaje colectivo, busca un cauce para la construcción de sentidos y su fuerte es la visión creativa y su multiplicación. Performática: dar vida una forma no acabada y diferente y ponerla en movimiento engendrando su existencia. Dice Germán



Dirección de Comunicaciones. Ministerio de Cultura

- El diálogo de saberes, que contribuye al *entre-aprendizaje* que permite a las comunidades producir contenidos y mensajes propios que construyen una *otra comunicación*.
- La apropiación de las comunidades de los diferentes lenguajes de comunicación en el marco del acercamiento que en este tiempo histórico se está dando entre el *pueblo* y la tecnología.
- La construcción de la ciudadanía, que se logra a partir de la toma de la palabra pública y tiene como fin construir una verdad y una memoria de los hechos distinta de la que construyen los medios hegemónicos.
- La toma de la palabra en la producción de contenidos, un quehacer que ha sacado a los jóvenes de las manos del conflicto armado. Nuevas generaciones ocupadas en producir comunicación en lugar de ser carne de cañón de *pueblo* contra *pueblo* de diferentes grupos armados.
- La capacidad de ir hacia los otros, considerando que todos somos sujetos de conocimiento.

Retola (2017) “la reivindicación y la propuesta consisten en que no podemos participar en procesos de construcción de diálogos de saberes si no estamos presentes andando en el territorio, y si en ese estar ahí no tenemos miedo de cambiar rumbos para que así pueda emerger lo nuevo. Se trata de incorporar los accidentes y los riesgos no como errores, sino como un capital del proceso de estar presentes”.

- Generar redes en los territorios que habilitan cauces de producción de nuevos sentidos, como la construcción de la paz de abajo hacia arriba y de adentro hacia afuera.
 - Una comunicación más democrática, que fortalece la construcción de ciudadanía a partir del acceso a los derechos fundamentales, la defensa de los derechos humanos y de los derechos de la tierra.
 - Valorar y realzar la cultura propia.
 - Apostar a la creatividad y a los lenguajes de expresión artística como método alternativo para superar las violencias en Colombia.
 - Apuntar a las emociones para desaprender la cultura del enfrentamiento y quitarle
- valor a la violencia como forma de conseguir cualquier fin.
- Crear oportunidades para jóvenes que viven en la pobreza, en contextos violentos, fomentando espacios creativos y de reflexión.
 - La práctica comunicativa que trasciende lo técnico y lo artístico y se convierte en forma concreta en procesos de transformación social.
 - Potenciar las posibilidades de expresión, de creación, de gestión del grupo y de producción de sentido a partir del compromiso y la libertad que implica y significa tener la palabra.
- El proceso de paz en Colombia tiene una fuerte dimensión política y jurídica. Sin embargo,

para que haya una real reconciliación es necesaria la transformación social, cultural y comunicativa.

Las realidades negativas que amenazan la existencia y resistencia de estos colectivos son las siguientes:

- La carencia de recursos materiales y sobre todo simbólicos para generar sostenibilidad en un proceso a largo plazo.
- La ausencia de procesos educativos claros que promuevan en las comunidades un **pensamiento estratégico**, que permita a los colectivos anticiparse, aplicar a oportunidades de financiamiento y después rendir estos financiamientos en forma óptima conociendo las reglas del sistema.

■ Comprender la tecnología de la planificación para crear estrategias que faciliten la creación de redes territoriales que, a su vez, vayan constituyendo regiones transformadas.

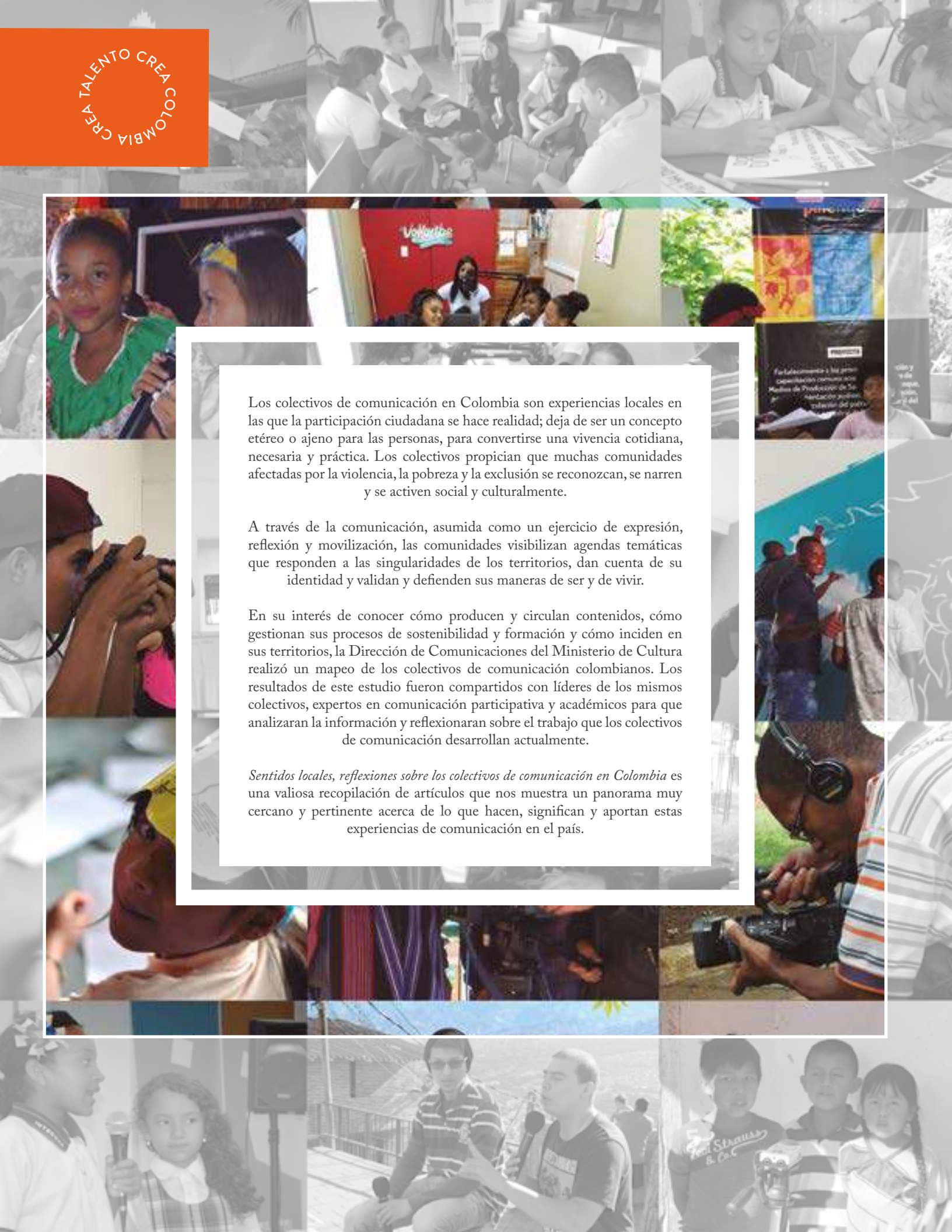
■ La ruptura del tejido social producida por el contexto de miedo y la violencia sin justicia, pues estas crean desconfianza.

La construcción permanente de la confianza es una acción continua que los colectivos deben realizar para generar la re-existencia de las comunidades y la no repetición de la violencia.



Bibliografía

- Ceraso, C. (2019). *La producción de mensajes propios en contextos de silencio impuesto*. Universidad Nacional de La Plata.
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano* (Universida). México.
- Foucault, M. (1992). *El orden del discurso*. El Orden Del Discurso. <https://doi.org/10.2307/3466552>
- Giménez Montiel, S. G., González Sánchez, J. A., Calvo de Saavedra, Á. M. del R., Linares Sánchez, B. M., Botero Gómez, P., Solano Salinas, R., ... Mora, A. I. (2018). *Re-visitar la comunicación popular*. Ensayos para comprenderla como escenario estratégico de resistencia y re-existencia política (G. Muñoz, Ed.). Bogotá: Uniminuto.
- Kusch, R. (2007). *América Profunda*. In Obras Competas (tomo II).
- Retola, G. (2017). *Paraíso*. Construcción de Conocimientos basados en diálogos de saberes entre la Universidad y el Pueblo. Experiencias en la FPYCS, UNLP. Universidad Nacional de La Plata.



Los colectivos de comunicación en Colombia son experiencias locales en las que la participación ciudadana se hace realidad; deja de ser un concepto etéreo o ajeno para las personas, para convertirse una vivencia cotidiana, necesaria y práctica. Los colectivos propician que muchas comunidades afectadas por la violencia, la pobreza y la exclusión se reconozcan, se narren y se activen social y culturalmente.

A través de la comunicación, asumida como un ejercicio de expresión, reflexión y movilización, las comunidades visibilizan agendas temáticas que responden a las singularidades de los territorios, dan cuenta de su identidad y validan y defienden sus maneras de ser y de vivir.

En su interés de conocer cómo producen y circulan contenidos, cómo gestionan sus procesos de sostenibilidad y formación y cómo inciden en sus territorios, la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Cultura realizó un mapeo de los colectivos de comunicación colombianos. Los resultados de este estudio fueron compartidos con líderes de los mismos colectivos, expertos en comunicación participativa y académicos para que analizaran la información y reflexionaran sobre el trabajo que los colectivos de comunicación desarrollan actualmente.

Sentidos locales, reflexiones sobre los colectivos de comunicación en Colombia es una valiosa recopilación de artículos que nos muestra un panorama muy cercano y pertinente acerca de lo que hacen, significan y aportan estas experiencias de comunicación en el país.